"Informativo, impressionante, atual."
NICK HORNBY

COMO A MÚSICA FICOU GRÁTIS

O FIM DE UMA INDÚSTRIA, A VIRADA DO SÉCULO E O PACIENTE ZERO DA PIRATARIA

STEPHEN WITT

VISIT...

"Informativo, impressionante, atual."
NICK HORNBY

COMO A MÚSICA FICOU GRÁTIS

O FIM DE UMA INDÚSTRIA, A VIRADA DO SÉCULO E O PACIENTE ZERO DA PIRATARIA

STEPHEN WITT

STEPHEN WITT

COMO A MÚSICA FICOU GRÁTIS

O FIM DE UMA INDÚSTRIA, A VIRADA DO SÉCULO E O PACIENTE ZERO DA PIRATARIA

TRADUÇÃO DE ANDREA GOTTLIEB DE CASTRO NEVES

Copyright © 2015 by Stephen Richard Witt

TÍTULO ORIGINAL
How Music Got Free: the end of an industry, the turn of the century, and the patient zero of piracy

PREPARAÇÃO
Fernanda Mello

REVISÃO
Rayana Faria
Carolina Rodrigues

REVISÃO TÉCNICA
Sergio Izecksohn, Home Studio – Escola de Produção Musical

ADAPTAÇÃO DE CAPA
Julio Moreira

ARTE DE CAPA
Jason Ramirez

GERAÇÃO DE EPUB
Intrínseca

REVISÃO DE EPUB
Juliana Latini

E-ISBN
978-85-8057-771-6

Edição digital: 2015

1ª EDIÇÃO

TIPOLOGIA
Bembo

Todos os direitos desta edição reservados à
Editora Intrínseca Ltda.
Rua Marquês de São Vicente, 99, 3º andar
22451-041 Gávea
Rio de Janeiro – RJ
Tel./Fax: (21) 3206-7400
www.intrinseca.com.br

Sumário

Capa
Folha de rosto
Créditos
Mídias sociais
Dedicatória
Introdução
Capítulo 1
Capítulo 2
Capítulo 3
Capítulo 4
Capítulo 5
Capítulo 6
Capítulo 7
Capítulo 8
Capítulo 9
Capítulo 10
Capítulo 11
Capítulo 12
Capítulo 13
Capítulo 14
Capítulo 15
Capítulo 16
Capítulo 17
Capítulo 18
Capítulo 19
Capítulo 20
Epílogo
Nota sobre as fontes
Notas
Agradecimentos
Sobre o autor
Leia também

Para Leonard e Diana, meus pais amorosos

INTRODUÇÃO

Faço parte da geração pirata. Em 1997, quando entrei na faculdade, nunca tinha ouvido falar em mp3. No final do primeiro período meu HD de dois gigabytes já armazenava centenas de músicas pirateadas. Ao me formar, eu possuía seis HDs de vinte gigabytes cheios. Em 2005, quando me mudei para Nova York, já contava com uma coleção de 1.500 gigabytes de música, o equivalente a quase quinze mil álbuns.[1] Levava uma hora só para carregar minha biblioteca, e, se você organizasse as músicas em ordem alfabética por artista, teria que passar um ano e meio ouvindo para ir de ABBA a ZZ Top.

Eu pirateava em escala industrial, mas não contava a ninguém. Era um segredo fácil de manter. Eu nunca era visto em lojas de discos e não atuava como DJ em festas. Conseguia os arquivos em salas de chat e por meio do Napster e do BitTorrent. Não compro um álbum com meu próprio dinheiro desde a virada do milênio. Os colecionadores de vinil de antigamente tinham porões inteiros lotados de capas empoeiradas, porém minha coleção digital caberia em uma caixa de sapatos.

Nunca ouvi a maioria das faixas. Na verdade, eu detestava ABBA e, embora tivesse quatro álbuns do ZZ Top, não seria capaz de dizer o título de nenhum. Afinal, o que me motivava? Em parte a curiosidade, porém, agora, anos depois, vejo que o que eu de fato queria era pertencer a uma elite, um grupo exclusivo. Não era um impulso consciente, e, se tivessem sugerido isso, eu teria negado. Entretanto, essa era a atração perversa do submundo da pirataria, algo que passava despercebido a quase todos. Não era só uma forma de conseguir músicas, era a própria subcultura.

Eu estava na vanguarda da tendência do download de arquivos digitais. Se fosse apenas alguns anos mais velho, duvido que tivesse me envolvido tanto. Meus amigos mais velhos encaravam a pirataria com ceticismo, às vezes com franca hostilidade. Isso se aplicava até aos que amavam música — na verdade, sobretudo a estes. Os colecionadores de discos também formavam uma subcultura, e, para essa espécie em extinção, encontrar álbuns era um desafio empolgante que envolvia incursões em vendas de garagem, buscas em cestos de

promoções, participação em listas de discussão sobre bandas e visitas a lojas de discos em plena terça-feira. Para mim, e para os ainda mais jovens, colecionar era fácil: a música simplesmente estava ali. A parte difícil era descobrir o que ouvir.

Certo dia, anos atrás, enquanto eu percorria minha enorme lista de álbuns, uma questão fundamental me ocorreu: afinal, de onde viera toda aquela música? Eu não sabia a resposta e, enquanto pesquisava, descobri que ninguém sabia. Claro, houve uma cobertura pesada do fenômeno do mp3 pela mídia, falava-se da Apple, do Napster e do Pirate Bay, porém pouco se falava de seus inventores e quase nada sobre quem de fato pirateava os arquivos.

À medida que me aprofundava na pesquisa, fiquei obcecado e comecei a chegar a descobertas incríveis. Encontrei o manifesto do grupo de pirataria original do mp3, um documento tão antigo que precisei de um emulador do MS-DOS para visualizá-lo. Encontrei a demo crackeada do shareware para o codificador original de mp3, que até mesmo seus inventores tinham considerado perdida. Depois, descobri um banco de dados secreto que cobria trinta anos de vazamentos — de softwares, músicas, filmes — de todos os grupos importantes de pirataria, remontando a 1982.[2] Encontrei sites secretos na Micronésia e no Congo, registrados no nome de empresas de fachada no Panamá, cujos verdadeiros proprietários são uma incógnita. Enterradas em milhares de páginas de documentos jurídicos, achei transcrições de grampos telefônicos, registros de vigilância do FBI e depoimentos de colaboradores que revelavam detalhes sobre perigosas conspirações globais.

Eu supunha que a pirataria de músicas era um fenômeno de colaboração coletiva. Ou seja, acreditava que os arquivos em mp3 baixados por mim provinham de uploaders espalhados pelo mundo e que essa rede difusa de rippers (pessoas que gravavam músicas em seus computadores) não era significativamente organizada. Eu estava errado. Embora alguns arquivos fossem mesmo artefatos irrastreáveis de habitantes aleatórios da internet, a grande maioria dos mp3 pirateados vinha de alguns poucos grupos organizados. Por meio de métodos de análise forense de dados,[3] muitas vezes era possível rastrear os arquivos até sua origem primária. Combinando a abordagem técnica ao jornalismo investigativo clássico, descobri que podia restringir ainda mais as possibilidades. Diversas vezes, consegui não apenas chegar à origem geral do arquivo pirateado, mas a uma data e a uma pessoa específicas.

Esse era o verdadeiro segredo: a internet era feita de pessoas. A

pirataria era um fenômeno social e, uma vez que se soubesse onde procurar, era possível identificar indivíduos na multidão. Engenheiros, executivos, trabalhadores comuns, investigadores, criminosos e até viciados — todos tinham seu papel.

Comecei pela Alemanha, onde uma equipe de inventores ignorados, na tentativa descuidada de ganhar alguns milhares de dólares com um novo empreendimento capenga, acidentalmente prejudicara uma indústria global. Ao fazerem isso, ficaram muito ricos. Em entrevistas, esses homens eram dissimulados e tentavam se desvincular do caos que haviam provocado. Em certos momentos, chegaram até a mentir, mas era impossível não admirar o que tinham feito. Após anos isolados em um laboratório de áudio, tinham surgido com uma tecnologia que conquistaria o mundo.

Em seguida, fui a Nova York, onde encontrei um poderoso executivo da indústria fonográfica de setenta e poucos anos que já havia dominado o mercado mundial de rap por duas vezes. E esse não era seu único mérito: pesquisando mais, descobri que esse homem *era* a música popular. De Stevie Nicks a Taylor Swift, não havia quase qualquer sucesso das últimas quatro décadas que não tivesse passado por ele. Enfrentando um ataque violento e sem precedentes da pirataria, esse empresário sofrera, porém lutara com bravura para proteger a indústria e os artistas que amava. Na minha opinião, parecia inquestionável que ele havia superado toda a concorrência. Devido ao seu trabalho, se tornara um dos executivos mais difamados da história recente.

Dos arranha-céus do centro de Manhattan, voltei a atenção para a Scotland Yard e a sede do FBI, onde equipes de investigadores obstinados haviam recebido a tarefa ingrata de rastrear esse *samizdat* digital até sua origem, um processo que costumava levar anos. Ao seguir o rastro até um flat no norte da Inglaterra, encontrei um homem obsessivo por gravações de alta fidelidade que supervisionara uma biblioteca digital que deixaria até Borges impressionado. Dali fui para o Vale do Silício, onde outro empreendedor também desenvolvera uma tecnologia extraordinária, mas que não lhe rendera lucro algum. Em seguida, Iowa, depois Los Angeles e de volta a Nova York, e então Londres, Sarasota, Oslo, Baltimore, Tóquio e por um longo tempo uma série de becos sem saída.

Até que, enfim, me vi no lugar mais estranho de todos: uma cidadezinha na região oeste da Carolina do Norte que parecia um mundo à parte da confluência global da tecnologia e da música. Era Shelby, com sua paisagem de igrejas batistas de madeira e corporações

obscuras, onde um homem, agindo quase que em total isolamento, ao longo de oito anos consolidara a reputação de um dos piratas digitais mais temidos do mundo. Muitos dos arquivos que pirateei — talvez a maioria deles — surgiram a partir de seu trabalho. Ele era o paciente zero da pirataria musical na internet, mas quase ninguém sabia seu nome.

Por mais de três anos, me esforcei muito para conquistar sua confiança. Passávamos horas conversando, sentados na sala de estar da casa na fazenda de sua irmã. As coisas que ele me contou são impressionantes — às vezes, parecem inacreditáveis. No entanto, todos os detalhes batiam e, certo dia, no fim de uma entrevista, não consegui me conter e perguntei:

— Dell, por que você nunca contou nada disso a ninguém?

— Cara, ninguém nunca me perguntou.

CAPÍTULO 1

A morte do mp3 foi anunciada em uma sala de reunião em Erlangen, Alemanha, na primavera de 1995. Pela última vez, um grupo de especialistas supostamente imparciais desdenhou da tecnologia, favorecendo seu eterno rival, o mp2. Era o fim, e os inventores do mp3 sabiam disso. Estavam ficando sem financiamento do governo, sendo abandonados pelas empresas patrocinadoras, e, após quatro anos de campanhas de marketing, a tecnologia ainda não tinha um único cliente de longo prazo.

A atenção na sala de reunião estava em Karlheinz Brandenburg, a força motriz intelectual por trás da tecnologia e o líder da equipe do mp3. O trabalho feito por ele na faculdade levara ao desenvolvimento da tecnologia, e nos últimos oito anos ele tinha se empenhado em comercializar suas ideias. Era ambicioso e inteligente, e sua visão para o futuro da música era contagiante. Tinha quinze engenheiros como subordinados e administrava um orçamento de 1 milhão de dólares para pesquisas. Entretanto, com o último anúncio, parecia ter levado sua equipe para a morte certa.

Brandenburg não contava com uma presença física imponente. Era muito alto, porém sua postura era encurvada, e a linguagem corporal, errática. Trocava o pé de apoio sem parar, inclinando o corpo desengonçado para a frente e para trás, e quando falava fazia círculos suaves com a cabeça. O cabelo era preto e comprido demais e o sorriso nervoso constante exibia dentes pequenos e irregulares. Os óculos com armação de metal cobriam olhos pequenos e escuros e pelos isolados se projetavam como bigodes de gato de sua barba revolta.

Ele falava devagar, em frases longas e gramaticalmente perfeitas, pontuadas por inspirações rápidas e profundas. Era educado e gentil até demais, sempre se esforçando para deixar as pessoas à vontade, o que tornava a situação ainda mais constrangedora. Ao falar, costumava focar questões práticas e, talvez por identificar o tédio do interlocutor, eventualmente salpicava o discurso técnico digressivo com piadas sem graça, as quais não tinha talento para contar. Sua personalidade era formada pela união de duas poderosas forças áridas:

o ceticismo típico dos engenheiros e o conservadorismo enfadonho e peculiar do seu país, chamado de *typisch Deutsch*.

Mas ele era brilhante. Seu talento para a matemática era inigualável, e ele tinha grande influência sobre seus contemporâneos. Eram homens que haviam se sobressaído em disciplinas acadêmicas complexas e passado a vida próximos ao topo de campos competitivos. Via de regra, não eram dados à modéstia intelectual, porém, ao falarem de Brandenburg, sua arrogância desaparecia, dando lugar a um tom humilde e confessional. "Ele é muito bom em matemática", afirmou um deles. "Ele é mesmo muito inteligente", declarou outro. "Ele resolveu um problema que não consegui solucionar", disse um terceiro — o que, para um engenheiro, era a pior admissão a se fazer.[1]

Quando seu ponto de vista era questionado, Brandenburg parava, estreitava os olhos e então submetia a contraposição a uma análise científica profunda. Ao discordar, sua voz tornava-se quase inaudível, respondendo com extrema cautela para nunca fazer uma afirmação sem os dados para embasá-la. Assim, na sala de reunião, ao apresentar sua última objeção ao comitê, o mp3 saiu num sussurro.

A derrota era sempre amarga, mas essa foi ainda mais, pois, após treze anos de trabalho, Brandenburg havia resolvido um dos problemas mais complexos da área do áudio digital. O volume de pesquisa dispensado pelo comitê remontava a décadas, e engenheiros vinham elaborando teorias sobre algo parecido com o mp3 desde o final dos anos 1970. Agora, algo belíssimo havia surgido naquela obscura periferia científica: o produto refinado de uma linha de pesquisa que datava de três gerações. Só que os homens de terno na sala não davam a mínima.

Fora o orientador de sua tese — o careca e retumbante engenheiro da computação Dieter Seitzer — que iniciara Brandenburg nessa linha de pesquisa. Já Seitzer devia muito ao orientador da própria tese, um pesquisador obsessivo de nome Eberhard Zwicker, pai de uma disciplina obscura chamada "psicoacústica" — o estudo científico de como os seres humanos percebem o som. Seitzer fora pupilo de Zwicker, cobaia experimental na pesquisa de áudio e, o mais importante, seu oponente mortal. Por quase uma década, os dois tinham se encontrado todos os dias da semana após o almoço para uma partida de pingue-pongue de uma hora, durante a qual Zwicker discorria sobre os contornos dos limiares da percepção humana[2] enquanto atirava bolinhas na cabeça do aprendiz. A principal descoberta de Zwicker, desenvolvida ao longo de décadas de pesquisa com cobaias, foi que o ouvido humano não funciona como um

microfone. Ele é um órgão adaptativo que a seleção natural determinou que deveria 1) ouvir e interpretar a linguagem e 2) fornecer um sistema de alerta antecipado contra felinos carnívoros gigantes.

Portanto, nossa capacidade auditiva se limita apenas ao nível necessário para alcançar tais objetivos. Assim, o ouvido herdou um legado de imperfeições anatômicas, e a pesquisa de Zwicker revelara a inesperada gama dessas falhas. Por exemplo, qualquer um é capaz de distinguir duas notas simultâneas separadas por meio tom ou mais, porém Zwicker descobrira que, ao aproximar as notas, podia levar as pessoas a confundi-las. Esse efeito era percebido sobretudo quando o tom mais grave era mais alto do que o mais agudo. Além disso, qualquer ouvinte consegue distinguir dois cliques separados por um segundo, mas uma redução de meros milissegundos nesse intervalo faz o ouvido combiná-los, o que também ocorre quando se aumenta a intensidade relativa de um dos cliques. O efeito agregado dessas ilusões de "mascaramento psicoacústico" significa que, na verdade, o que os humanos ouvem não é a realidade propriamente dita.

Com o tempo, Seitzer superou o mestre. Zwicker era anatomista, e seus insights eram produto da era analógica. Já Seitzer era cientista da computação e previu a era da digitalização. Suspeitava que, ao explorar a pesquisa do orientador sobre as falhas naturais do ouvido, poderia talvez gravar música de alta fidelidade com quantidades muito pequenas de dados. Sua formação única lhe dava uma perspectiva peculiar. Quando o CD surgiu, em 1982, a comunidade dos engenheiros comemorou a invenção como uma das conquistas mais importantes na história da área. Praticamente apenas Seitzer a encarou como um exercício ridículo de exagero. Via a promessa de um "Som Perfeito Para Sempre"[3] feita pelo marketing da nova tecnologia como um repositório de informações irrelevantes, a maioria delas ignorada pelo ouvido humano. Ele sabia que a maior parte dos dados em um CD podia ser descartada — o sistema auditivo humano já fazia isso.

No mesmo ano, Seitzer deu entrada no pedido de patente para uma jukebox digital. Através desse modelo de distribuição mais elegante, os consumidores poderiam sintonizar um servidor computacional centralizado e usar o teclado numérico para pedir músicas pelas novas linhas telefônicas digitais que começavam a ser instaladas na Alemanha. Em vez de prensar milhões de discos para caber em recipientes de acrílico e distribuí-los através de lojas, tudo seria armazenado em um único banco de dados eletrônico acessado quando

necessário. Um serviço de cadastro desse tipo poderia eliminar as várias ineficiências da distribuição física ao conectar um sistema de estéreo diretamente ao telefone.

O pedido de patente foi rejeitado. As primeiras linhas telefônicas digitais eram rudimentares, e fios tão estreitos não comportariam a enorme quantidade de dados em áudio armazenados em um CD. Para que o esquema de Seitzer funcionasse, os arquivos no CD teriam que ser reduzidos a 1/12 do seu tamanho original,[4] e nenhum sistema conhecido de compressão de dados chegava perto disso. Seitzer discutiu com o examinador da patente por alguns anos, citando a importância das descobertas de Zwicker, mas sem uma implementação prática aquela era uma causa perdida, e ele acabou retirando o pedido.

Porém, não abandonou a ideia. Com as limitações do ouvido humano mapeadas por Zwicker, agora faltava quantificá-las matematicamente. Seitzer nunca conseguira resolver esse problema, e muitos pesquisadores haviam tentado sem sucesso. Entretanto, ele orientou seu pupilo na solução da questão com entusiasmo: o jovem aluno de engenharia elétrica Karlheinz Brandenburg era uma das pessoas mais inteligentes que já conhecera.

Em seu íntimo, Brandenburg se perguntava se uma década de pingue-pongue com um excêntrico pesquisador de otologia não teria deixado Seitzer louco. As informações da era digital eram armazenadas em unidades binárias de zero ou um chamadas de “bits”, e o objetivo da compressão era usar o mínimo possível de bits. O áudio nos CDs usava mais de 1,4 milhão de bits para armazenar um único segundo de som estéreo. Seitzer queria fazer isso com 128 mil.

Brandenburg achava a ideia absurda — era o mesmo que tentar montar um carro com um orçamento de 200 dólares. Por outro lado, também achava que valia a pena tentar pelas próprias ambições. Passou os três anos seguintes trabalhando no problema, até que, no início de 1986, identificou uma linha de investigação nunca explorada. Designando a abordagem como “análise por síntese”, ele passou as semanas que se seguiram em claro escrevendo um conjunto de instruções matemáticas para determinar como os preciosos bits poderiam ser alocados.

Começou fragmentando o áudio. Usando um “sampler”, dividiu o som inserido em frações de um segundo. Com um “banco de filtros”, fragmentou o áudio em partições diferentes de frequência. (O banco de filtros funciona para o som como o prisma para a luz). O resultado foi uma rede de tempo e frequência formada por retalhos

microscópicos de som organizados em faixas estreitas de tons — o equivalente aos *pixels* no áudio.

Em seguida, Brandenburg mostrou ao computador como simplificar esses "*pixels*" de áudio usando quatro truques psicoacústicos de Zwicker:

Primeiro: Zwicker mostrara que a audição humana é melhor em certa faixa de frequência que corresponde mais ou menos à faixa de tons da voz humana. Em faixas superiores, a capacidade de audição diminui, sobretudo à medida que o som se torna mais agudo. Isso significa que um número menor de bits pode ser atribuído às extremidades do espectro.

Segundo: Zwicker mostrara que os tons mais próximos tendiam a se anular. Em particular, tons mais graves anulam os mais agudos. Assim, na digitalização de músicas com instrumentos sobrepostos — digamos, um violino e um violoncelo sendo tocados ao mesmo tempo — podiam-se associar menos bits ao violino.

Terceiro: ele também demonstrara que o sistema auditivo anula ruídos que se seguem a um clique alto. Então, ao se digitalizar uma música com, por exemplo, uma batida de pratos a cada certo número de compassos, pode-se atribuir menos bits aos primeiros milissegundos após cada batida.

Quarto — e é aqui que as coisas ficam estranhas: Zwicker observara que o sistema auditivo também anula ruídos anteriores a um clique alto. Isso se deve ao fato de o ouvido precisar de alguns milissegundos para processar o que está captando, e esse processamento pode ser interrompido pela entrada repentina de um ruído mais alto. Assim, voltando à batida de pratos, podiam-se atribuir menos bits aos primeiros milissegundos anteriores à batida.

Baseando-se em décadas de pesquisa empírica do sistema auditivo, Brandenburg disse a cada bit o que fazer. No entanto, esse foi só o primeiro passo. Seu grande feito foi descobrir que era possível executar esse processo de maneira iterativa. Em outras palavras, podia-se pegar a saída do algoritmo de atribuição de bits, usá-la como entrada no mesmo algoritmo e executá-lo outra vez. E isso poderia ser feito quantas vezes se quisesse, reduzindo-se o número de bits gastos a cada uma delas, o que tornava o arquivo de áudio tão pequeno quanto o desejado. É claro que havia deterioração: como a cópia de uma cópia ou uma reprodução em fita cassete de quarta geração, a cada execução sucessiva do algoritmo a qualidade do áudio piorava. Se o processo fosse executado um milhão de vezes, haveria apenas um único bit no final. Entretanto, se o equilíbrio fosse alcançado, podia-se

ao mesmo tempo comprimir o áudio e manter a fidelidade ao se preservar os bits que o ouvido humano pode de fato ouvir.

Sem dúvida, nem toda obra musical tem arranjos complexos. Um concerto para violino pode conter todos os tipos de redundâncias psicoacústicas, ao contrário de um solo de violino. Sem batidas de pratos, violoncelos se sobrepondo ou informações em tons mais elevados a serem simplificadas, há apenas um tom puro e nada a ser anulado. Contudo, Brandenburg poderia despejar os bits de saída do seu método de compressão em outro método completamente diferente.

Chamada de "algoritmo de Huffman", essa solução fora desenvolvida no Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT) por David Huffman, pioneiro da ciência da computação, na década de 1950. Trabalhando na aurora da Era da Informação, Huffman observara que, para economizar bits, era necessário encontrar padrões, pois por definição, os padrões, se repetiam. Portanto, em vez de se associar bits a cada ocorrência do padrão, era preciso fazer isso apenas uma vez e depois referenciar esses bits sempre que necessário. E, da perspectiva da teoria da informação, um solo de violino não passava de uma corda vibrando para produzir padrões repetitivos de som no ar.

Os dois métodos se complementavam com perfeição: o algoritmo de Brandenburg para sons sobrepostos complexos e o de Huffman para tons puros e simples. O resultado unia décadas de pesquisa em física acústica e anatomia humana a princípios básicos da teoria da informação e da matemática avançada complexa. Em meados de 1986, Brandenburg chegara a escrever um programa de computador rudimentar que dava uma demonstração funcional dessa abordagem. Era a maior conquista de sua carreira: um método comprovado de captura de informações de áudio que funcionava até com pouquíssimos bits. Ele estava com 31 anos.

Brandenburg conseguiu a primeira patente antes mesmo de defender sua tese. Para um estudante universitário, demonstrava um interesse incomum pelo potencial dinâmico do mercado. Com um intelecto como aquele, era certo que teria um cargo acadêmico efetivo, mas a academia não o interessava muito. Na infância, tinha lido as biografias de grandes inventores e muito cedo assimilara a importância da abordagem prática. Como Bell e Edison, Brandenburg era, acima de tudo, um inventor.

Tais ambições eram encorajadas. Depois de escapar de Zwicker, Dieter Seitzer havia passado a maior parte da carreira na IBM, acumulando patentes e desenvolvendo instintos comerciais aguçados.

Ele estimulava os alunos de pós-graduação a fazerem o mesmo. Ao ver o progresso de Brandenburg na pesquisa psicoacústica, desviou a atenção dele da universidade para o Instituto Fraunhofer de Circuitos Integrados, a recém-fundada incubadora tecnológica bávara supervisionada por Seitzer.

O instituto era uma divisão da Sociedade Fraunhofer, uma organização de pesquisa imensa administrada pelo Estado com dezenas de *campi* espalhados pelo país — a resposta alemã ao Bell Labs. O Instituto Fraunhofer recebia dinheiro dos contribuintes com a promessa de conduzir pesquisas em uma variedade de disciplinas acadêmicas e, à medida que os estudos ganharam força, passou a estabelecer relações com grandes firmas industriais de bens de consumo. Em troca de uma fatia dos lucros futuros das ideias de Brandenburg, o Fraunhofer ofereceu supercomputadores modernos, equipamentos de acústica de alta tecnologia, orientação profissional sobre propriedade intelectual e mão de obra qualificada em engenharia.

O último recurso era crítico. O método de Brandenburg era complexo, requeria a condução simultânea de várias operações matemáticas pesadas. A tecnologia computacional da década de 1980 mal dava conta das tarefas necessárias, e a eficiência dos algoritmos era essencial. Brandenburg precisava de um gênio, um superastro da computação movido a muita cafeína para traduzir conceitos matemáticos de pós-graduação em algoritmos perfeitos. Encontrou o sujeito no Fraunhofer: um programador de 26 anos chamado Bernhard Grill.

Grill era mais baixo do que Brandenburg e tinha uma postura mais serena. Seu rosto era largo e amigável, e tinha cabelo loiro um tanto comprido. Falava mais alto do que Brandenburg, com mais paixão, e as conversas com ele eram tranquilas e naturais. Ele também contava piadas, e piadas que eram... bem, não muito engraçadas, porém sem dúvida melhores do que as de Brandenburg.

Grill se destacava no mundo do áudio, pois era possível imaginá-lo como algo além de engenheiro. Assim como Brandenburg, ele era bávaro, mas sua atitude era mais boêmia. Dono de uma natureza nerd relaxada, se tivesse nascido americano provavelmente usaria chinelos e camisa com estampa havaiana. Talvez isso se devesse às suas origens. Enquanto o pai de Brandenburg era professor e a maioria dos outros pesquisadores do Fraunhofer vinha da classe média alta, o pai de Grill trabalhara em uma fábrica. Para Brandenburg, a educação universitária era algo certo, quase um direito natural, ao passo que

para Grill tinha grande significado.

À sua maneira, ele se rebelara contra a mentalidade *typisch Deutsch*. Sua paixão original fora a música. Quando mais jovem, havia aprendido a tocar trompete e na adolescência praticava seis horas por dia. Durante um breve período, aos vinte e poucos anos, tocou profissionalmente em uma banda de suingue de nove integrantes. No entanto, quando a realidade financeira da carreira ficou mais evidente, Grill voltou para a engenharia e acabou estudando computação. Entretanto, a música permaneceu em seu coração, e ao longo dos anos ele acumulou uma imensa e eclética coleção de gravações, que incluía os gêneros mais obscuros. Seu outro hobby era montar caixas de som.

Outros quatro pesquisadores do Fraunhofer se uniram a Brandenburg e Grill. Heinz Gerhäuser supervisionava o grupo de pesquisa em áudio do instituto; Harald Popp era especialista em hardware; Ernst Eberlein era expert em processamento de sinal; já Jürgen Herre era um pós-graduando cujo talento matemático rivalizava com o de Brandenburg. Anos mais tarde, esse grupo chamaria a si mesmo de "o sexteto original".

A partir de 1987, eles assumiram em tempo integral a tarefa de criar produtos comerciais com base na patente de Brandenburg. Então identificaram dois caminhos em potencial a seguir. Primeiro, o algoritmo de compressão poderia ser usado para fazer "streaming" de música — ou seja, enviá-la direto de um servidor central para o usuário, como idealizado por Seitzer. Ou para "armazenar" música — criar arquivos musicais passíveis de serem mantidos em um computador pessoal. De todo modo, o tamanho era importante, e alcançar a taxa de compressão de 12:1 era a solução.

Foi um processo lento. A informática ainda emergia de suas origens caseiras, e a equipe construía a maioria dos equipamentos de forma artesanal. O laboratório era um mar de cabos, caixas de som, processadores de sinal, CD players, woofers e conversores. O algoritmo tinha que ser codificado diretamente em chips programáveis, um processo que podia levar dias. Quando um chip era criado, a equipe o usava para comprimir uma amostra de dez segundos de um CD e em seguida a comparava ao original para ver se dava para perceber alguma diferença. Quando isso acontecia — o que, no início, era quase sempre —, refinavam o algoritmo e tentavam outra vez.

Começaram com os sons mais agudos, com o flautim, para então descerem a escala. Grill, obcecado por acústica desde criança, logo viu que a tecnologia de compressão estava longe de ser comercializável. O

algoritmo gerava uma série de erros imprevisíveis, e às vezes Grill não podia fazer nada além de registrá-los. Em certas ocasiões a codificação saía "melosa", como se a música estivesse sendo reproduzida debaixo d'água. Em outras, "chiava" como a estática de uma rádio AM. Algumas vezes, obtinham um tipo de "gravação dobrada", como se a mesma gravação tivesse sido duplicada e sobreposta. O pior de todos era o "pré-eco", um fenômeno peculiar em que traços fantasmagóricos de frases musicais apareciam vários milissegundos antes.

A matemática de Brandenburg era elegante, até bonita, mas não dava conta de toda a realidade caótica da percepção. Para modelar a audição humana com precisão, precisavam de cobaias humanas. E essas cobaias precisavam de treinamento para entender o vocabulário das categorias de erros tão bem quanto Grill. Quando esse conhecimento fosse alcançado, teria de ser submetido a milhares e milhares de ensaios duplo-cegos randomizados e controlados.

Grill se lançou à demorada tarefa com entusiasmo. Ele era o que chamavam de "ouvido treinado": podia distinguir microtons e identificar frequências em geral só percebidas por crianças e cachorros. Grill encarava o sentido da audição do mesmo modo que um perfumista encara o do olfato, e a audição aguçada lhe permitia determinar e categorizar certos fenômenos sensoriais — na verdade, certos aspectos da realidade — que outras pessoas jamais poderiam imaginar.

Encarregado da seleção de material de referência, Grill vasculhou seu arquivo gigantesco de CDs em busca dos mais variados gêneros musicais: funk, jazz, rock, R&B, metal, clássico — todos, com exceção do rap, do qual ele não gostava. Ele queria submeter tudo que pudesse encontrar ao algoritmo de Brandenburg a fim de certificar-se de que poderia lidar com todos os casos concebíveis. Financiado pelo generoso orçamento para pesquisa do Fraunhofer, Grill foi além da música para tornar-se um colecionador de sons exóticos. Encontrou gravações de pessoas que falavam rápido e com sotaques difíceis. Achou também gravações de cantos de pássaros e barulho de multidão. Garimpou gravações de castanholas e cravos desafinados. Mas suas gravações favoritas foram obtidas em uma visita à sede da Boeing em Seattle, onde achou, na loja de suvenires, uma coleção de amostras de áudio de motores de avião.

A seu pedido, o instituto comprou vários fones de ouvido da Stax que custavam milhares de dólares. Produzidos no Japão, esses "fones de ouvido eletrostáticos" eram do tamanho de tijolos e requeriam amplificadores dedicados. Eram caros e pouco práticos, mas Grill os

considerava o melhor equipamento da história do áudio. Revelavam as imperfeições com uma clareza que chegava a ser desagradável, e a habilidade de isolar esses defeitos digitais estimulou uma série de aperfeiçoamentos contínuos.

Como um raio encolhedor, o algoritmo de compressão podia atingir diferentes tamanhos de saída.[5] Com metade do tamanho, os arquivos soavam aceitáveis. A um quarto do tamanho, a qualidade era ok. Em março de 1988, Brandenburg isolou a gravação de um solo de piano e em seguida ajustou a taxa de codificação para o nível mais baixo possível — até o objetivo absurdo de 1/12 do tamanho do CD de Seitzer. A codificação resultante foi um terrível aglomerado de erros. Mais tarde, Brandenburg diria que o pianista parecia "bêbado". Ainda assim, a experiência auditiva desconfortável lhe deu confiança, e ele começou a vislumbrar pela primeira vez como a meta de Seitzer poderia ser alcançada.

Os avanços na capacidade de processamento geravam progressos. Em um ano, o algoritmo conseguia lidar com uma enorme variedade de gravações musicais. A equipe alcançou um marco com a "Abertura 1812" e em seguida outro com Tracy Chapman, sucedido por mais um com uma faixa de Gloria Estefan (Grill estava numa fase música latina). No final de 1988, a equipe fez sua primeira venda e enviou um decodificador feito artesanalmente para o primeiro usuário final da tecnologia do mp3: uma estação de rádio minúscula administrada por missionários na remota ilha micronésia de Saipan.

Contudo, uma fonte de áudio se mostrava bem complicada: era o que Grill no seu inglês imperfeito chamava de "the lonely voice" [a voz solitária]. Na verdade, ele queria dizer "lone" [isolada]. Não era possível mascarar de forma psicoacústica a fala humana isolada, tampouco usar a abordagem de reconhecimento de padrões de Huffman — a essência da fala era sua natureza dinâmica, seus fonemas plosivos e sibilantes e suas pausas glóticas. O algoritmo de encolhimento de Brandenburg podia lidar com sinfonias, solos de guitarra, canhões e até "Oye Mi Canto", mas não com um noticiário.

Estagnado, Brandenburg isolava amostras de vozes "solitárias". A primeira foi a gravação de um dialeto alemão difícil que havia atormentado engenheiros de som por anos. A segunda foi um trecho de Suzanne Vega cantando os compassos de abertura de "Tom's Diner", o grande sucesso do rádio de 1987. Talvez você se lembre da introdução a capela de "Tom's Diner". É assim:

Tã tã tã tã

Tã tã tã tã
Tã tã tã tã
Tã tã tã tã

A voz de Vega era linda, mas nas primeiras codificações em estéreo parecia que havia ratos arranhando a fita.

Brandenburg defendeu sua tese e recebeu o Ph.D. no ano de 1989. Ele levou as amostras de voz consigo ao se tornar bolsista no Bell Labs da AT&T, localizado em Murray Hill, Nova Jersey. Lá, trabalhou com James Johnston, especialista em codificação de voz. Johnston era para Brandenburg o que Newton fora para Leibniz[6] — sem conhecer o trabalho do alemão, quase na mesma época ele havia chegado a uma abordagem matemática idêntica para a modelagem psicoacústica. Após um período inicial marcando território, os dois decidiram trabalhar em conjunto. Ao longo de 1989, os testes de audição continuaram sendo feitos paralelamente em Erlangen e Murray Hill, porém as cobaias americanas mostraram-se mais impacientes do que as alemãs. Após ouvirem a mesma amostra roída por ratos de quatro segundos de "Tom's Diner" inúmeras vezes, os voluntários do Bell Labs se rebelaram, e Brandenburg foi forçado a concluir a experiência sozinho. Ele estava em Nova Jersey ouvindo Suzanne Vega quando o Muro de Berlim foi derrubado.

Johnston ficou impressionado com Brandenburg. Ele sempre vivera cercado de pesquisadores acadêmicos e estava acostumado a conviver com pessoas brilhantes, mas nunca tinha visto alguém trabalhar tão duro. A parceria dos dois gerou vários avanços, e logo o arranhar de ratos foi eliminado. No início de 1990, Brandenburg voltou para a Alemanha com um produto quase pronto. Muitas amostras comprimidas agora revelavam um estado de "transparência" perfeita: mesmo para alguém com o ouvido aguçado como o de Grill e o melhor equipamento, elas eram quase indistinguíveis dos originais nos CDs.

Impressionada, a AT&T agraciou oficialmente a tecnologia com a sua sanção e um modesto financiamento corporativo. A Thomson, uma empresa francesa de bens eletrônicos de consumo, também forneceu dinheiro e suporte técnico. As duas firmas queriam estar na vanguarda da psicoacústica, uma disciplina por tanto tempo ignorada, mas que agora se tornava badalada. Grupos de pesquisadores da Europa, do Japão e dos Estados Unidos vinham estudando o mesmo problema, e outras grandes corporações competiam por posições na corrida. Muitas haviam apostado nos concorrentes mais bem estabelecidos do

Fraunhofer. Assumindo o papel de mediador, o Moving Picture Experts Group (MPEG) — comitê de padronização que até hoje decide quais tecnologias devem chegar ao mercado consumidor[7] — promoveu um concurso em Estocolmo em junho de 1990 a fim de conduzir testes formais de audição para os métodos concorrentes.

No início dos anos 1990, o MPEG se preparava para uma década de rupturas, moldando os padrões para tecnologias quase futurísticas como a televisão de alta definição e o DVD. Formado por especialistas em imagens em movimento, o comitê a princípio se concentrara exclusivamente em qualidade de vídeo. Os problemas de codificação de áudio só passaram a ser considerados depois de Brandenburg argumentar que não havia mais um mercado muito grande para filmes mudos. (Eis o tipo de piada que ele gostava de fazer.)

O endosso do MPEG poderia significar uma fortuna em lucros pelo licenciamento da tecnologia, porém Brandenburg sabia que seria difícil consegui-lo. Os concorrentes do concurso de Estocolmo seriam avaliados[8] de acordo com dez sons usados como referência: um solo de Ornette Coleman; a música "Fast Car", de Tracy Chapman; um solo de trompete; um glockenspiel; uma gravação de explosão de fogos de artifício; dois solos separados de baixo; uma amostra de dez segundos de castanholas; um trecho de um noticiário; e uma gravação de Suzanne Vega cantando "Tom's Diner" (esta foi sugerida pelo Fraunhofer). Os jurados eram participantes neutros, selecionados a partir de um grupo de pós-graduandos suecos. E, como o MPEG precisava de ouvidos afiados, capazes de ouvir frequências altas, os avaliadores tendiam a ser jovens.

Catorze grupos forneceram material para as avaliações do MPEG — como numa espécie de versão sofisticada da feira de ciências do ensino fundamental. Na véspera da competição, os grupos concorrentes fizeram demonstrações informais. Brandenburg estava confiante de que sua equipe venceria. Achava que o fato de ter tido acesso à pesquisa seminal de Zwicker, ainda não traduzida do alemão para outras línguas, dava-lhe uma vantagem insuperável.

No dia seguinte, uma sala repleta de escandinavos virgens de cabelo loiro e ouvidos limpos passou a manhã ouvindo "Fast Car" ripada de catorze formas diferentes. Os ouvintes classificavam a qualidade do som em uma escala de cinco pontos. Depois de tabular as respostas, o MPEG anunciou o resultado: deu empate! E no topo estava o Fraunhofer, num empate estatístico com um grupo chamado Musicam. Nenhuma outra equipe chegou perto dos dois.

O alto desempenho do Fraunhofer no concurso era inesperado. Eles

eram os azarões de uma instituição de pesquisa, um grupo de pós-graduandos competindo contra corporações estabelecidas. Já o Musicam fazia mais a linha do típico vencedor de concursos do MPEG — um consórcio bem financiado de inventores de quatro universidades europeias com forte ligação com a empresa holandesa Philips, detentora das patentes do CD. O Musicam também contava com vários pesquisadores alemães, e Brandenburg suspeitava que isso não era por acaso. Eles também haviam tido acesso à pesquisa em alemão de Zwicker.

O MPEG não tinha previsto um empate nem se precavera sobre como desfazê-lo. O método de Fraunhofer produzia um áudio de melhor qualidade usando menos dados, porém o do Musicam requeria menos capacidade de processamento. Brandenburg achava que a disparidade lhe favorecia, visto que a velocidade de processamento computacional aumentava a cada ciclo de novos processadores, dobrando mais ou menos a cada dois anos. Aumentar a largura da banda era mais difícil, já que requeria esburacar as ruas das cidades e substituir milhares de quilômetros de cabos. Portanto, ele achava que o MPEG daria preferência à largura da banda, e não aos ciclos de processamento, e apresentou tal argumento repetidas vezes ao comitê de áudio. Mas sentiu que estava sendo ignorado.

Depois do concurso, a equipe esperou por meses uma decisão do MPEG. Em outubro de 1990, a Alemanha foi reunificada, e Grill ocupou-se com a aplicação do algoritmo de Brandenburg à sua nova música favorita: “Wind of Change”, do Scorpions. Em novembro, Eberhard Zwicker, pesquisador especialista em acústica e entusiasta do pingue-pongue, faleceu aos 66 anos. Em janeiro de 1991, a equipe do Fraunhofer lançou o primeiro produto comercial, um rack de hardware de onze quilos para radiodifusão. A primeira venda foi para as paradas de ônibus cobertas da Berlim reunificada.

Finalmente, o MPEG procurou o Fraunhofer com uma proposta.[9] O comitê concederia vários endossos. O instituto seria incluído, mas só se aceitasse seguir certas regras ditadas pelo Musicam. Em particular, teriam que adotar uma tecnologia proprietária corrompida chamada “banco de filtros de quadratura polifásica”. Era a combinação de seis palavras mais feia que poderia existir. Era necessário algum tipo de banco de filtros — a tecnologia que dividia o som em componentes de frequência, de forma análoga ao que o prisma fazia com a luz. Mas a equipe do Fraunhofer já tinha o próprio banco de filtros, que funcionava bem. Acrescentar outro dobraria a complexidade do algoritmo sem aumentar a qualidade do som. Pior ainda, a Philips

tinha uma patente sobre o código, o que significava dar uma participação financeira no projeto do instituto à sua principal concorrente. Após um longo e acalorado debate interno, Brandenburg acabou concordando com a proposta, já que não via futuro para o projeto sem o endosso do MPEG. No entanto, para os outros envolvidos, parecia que o Fraunhofer havia sido roubado.

Em abril de 1991, o MPEG anunciou seu endosso. Dos catorze concorrentes originais, três métodos sobreviveriam. O primeiro chamava-se Moving Picture Experts Group, Audio Layer I, um método de compressão otimizado para fita cassete digital já obsoleto praticamente no mesmo momento em que seu release foi distribuído. Depois, com um nome que só poderia ter vindo de um comitê de engenheiros, o MPEG anunciou os dois outros métodos: o do Musicam, que dali em diante seria conhecido como Moving Picture Experts Group, Audio Layer II — hoje mais conhecido como mp2 —, e o de Brandenburg, que passaria a ser chamado de Moving Picture Experts Group, Audio Layer III — hoje mais conhecido como mp3.[10]

No intuito de criar uma plataforma unificada de colaboração, o MPEG acabou precipitando uma guerra de formatos. O mp3 tinha uma vantagem técnica; já o mp2 desfrutava de mais reconhecimento e maior apoio corporativo. Na verdade, o Musicam não passava de um representante da Philips, uma empresa visionária. Ela obtinha uma fortuna em licenciamento com o CD, mas em 1990, quando as vendas da nova mídia apenas começavam a superar as do vinil, já estava de olho no controle do mercado após sua eventual superação.

Esse planejamento estratégico precavido era complementado por certo dom para subterfúgios. Na época, Brandenburg e Grill passaram a suspeitar que os executivos da Philips influenciavam as decisões do MPEG por meio de lobby nos bastidores. Johnston, o americano, tinha a mesma suspeita de favorecimento e zombava do ridículo esquema de três camadas, mudança de última hora feita pelo MPEG ao constatar que sua equipe favorita poderia perder a disputa. Brandenburg, Grill e Johnston usaram a mesma palavra para descrever o fenômeno: “política” — uma situação detestável em que relações interpessoais e questões comerciais têm mais peso do que dados científicos isolados.

O MPEG defendeu suas decisões e negou todas as acusações de parcialidade. Os pesquisadores do Musicam ficaram indignados com tal insinuação. Não obstante, a história mostrava que, desde a “Guerra das Correntes” CA/CC do final do século XIX até a batalha VHS *versus* Betamax da década de 1980, a vitória não necessariamente era do melhor, mas do mais implacável. De Edison à Sony, os espólios

ficavam com os que não apenas sabiam promover o próprio padrão, mas que minavam a concorrência com inteligência. Havia uma razão para chamar o fenômeno de "guerra" dos formatos.

A equipe do Fraunhofer, formada por acadêmicos jovens e ingênuos, não estava preparada para uma batalha daquela magnitude. Nos anos seguintes, em cinco competições realizadas em condições de igualdade, eles levaram uma surra. Os comitês de padronização escolheram o mp2 para o rádio FM digital, os CD-ROMs interativos, o Video Compact Disc (o antecessor do DVD), a Digital Audio Tape (DAT) e para a transmissão sem fio do áudio da HDTV. O mp3 não foi selecionado para nada.

Ao discutir com outros engenheiros, a equipe ouvia a mesma crítica: o mp3 era "complicado demais". Em outras palavras, demandava capacidade de processamento demais para o que produzia. O problema estava no abominável banco de filtros da Philips. Metade do "trabalho" executado pelo mp3 era justamente contorná-lo. Nos esquemas de engenharia usados para explicar a tecnologia do mp3, o fluxograma mostrava como o algoritmo de Brandenburg contornava por completo o banco de filtros, tal como um carro que precisa desviar do local de um acidente.[11]

A equipe do Fraunhofer começou a se dar conta de que fora enganada. A Philips convencera o instituto a adotar sua metodologia ineficiente com o objetivo de usá-la para detoná-los nos comitês de padronização. Pior ainda, os engenheiros da empresa supostamente tinham começado uma campanha por baixo dos panos, espalhando boatos sobre essas falhas por toda a comunidade de engenharia de áudio. Foi uma obra brilhante de sabotagem corporativa. Haviam induzido o Fraunhofer a usar um vestido feio no baile de debutantes só para rir dele pelas costas.

Mas Brandenburg não era de ficar chorando pelos cantos — com ou sem vestido feio, ele estava determinado a vencer. Em julho de 1993, foi promovido a diretor do Fraunhofer. Embora não contasse com nenhuma experiência em negócios e estivesse em desvantagem, ele era incansável na liderança de sua equipe. Por volta dessa época, um grupo de ladrões invadiu o campus de Erlangen no meio da noite e levou dezenas de milhares de dólares em equipamentos de informática. Todos os departamentos foram roubados, menos o responsável pela pesquisa de áudio. Lá, pela madrugada adentro, muito depois de todo mundo ter ido embora, dois pesquisadores do mp3 ainda trabalhavam no laboratório de audição, surdos para o mundo exterior com seus caros fones de ouvido japoneses.

Tal dedicação rendeu resultados. Em 1994, o mp3 fez progressos substanciais na qualidade de áudio em comparação ao mp2, embora ainda demorasse um pouco mais para concluir a codificação. Mesmo na taxa de compressão agressiva de 12:1, o mp3 soava aceitável, ainda que não apresentasse qualidade de estéreo. Doze anos depois de o avaliador de patentes ter dito a Seitzer que era impossível, a transmissão de música por linhas telefônicas digitais se tornava quase realidade. Além disso, havia um mercado crescente de PCs e a perspectiva de aplicativos de mídia executando arquivos mp3 armazenados localmente.

Eles só tinham que chegar lá. No início de 1995, o mp2 voltou a derrotar o mp3 na competição de padrões, dessa vez em um mercado de peso: o áudio do aparelho doméstico de DVD. Ao ver que a equipe de Brandenburg perdia de zero a seis, os diretores de orçamento do instituto passaram a fazer perguntas difíceis, como: Por que vocês ainda não venceram uma competição de padrões? Por que têm menos de cem usuários? Vocês se importariam se pegássemos alguns dos seus engenheiros emprestados para outro projeto? Refresquem minha memória: Por que o contribuinte alemão investiu milhões de marcos nessa ideia?

Então, na primavera de 1995, quando o Fraunhofer entrou em sua última competição por um subsistema de frequências transmitidas por multicast em uma banda de rádio europeia, eles precisavam vencer. Era, sem dúvida, um mercado pequeno, mas renderia receita suficiente para manter a equipe unida. E, pela primeira vez, havia motivo para otimismo: as sedes das reuniões do grupo eram determinadas por rodízio entre seus membros, e quem receberia essa competição em particular seria o Fraunhofer. Eles jogariam em casa, e a decisão final para o mp3 seria discutida em uma sala de reuniões no fim do corredor do laboratório em que, sete anos antes, havia começado o trabalho com o flautim.

O grupo de radiodifusão passara meses enrolando o Fraunhofer. Prometeram rever as decisões do passado e os encorajaram a prosseguir com o desenvolvimento do mp3. Receberam Brandenburg de braços abertos em reuniões de comitê e lhe disseram que compreendiam as dificuldades financeiras enfrentadas pela equipe. Pediram-lhe que esperasse só mais um pouco. Antes do encontro, o subgrupo especializado em áudio do comitê chegou a fazer uma recomendação formal para a adoção do mp3.

Todavia, Brandenburg não queria deixar nada ao acaso. Ele redigiu um relatório de engenharia que desmentia por completo o mito da

complexidade. Com cinquenta páginas, o documento incluía um gráfico mostrando como a velocidade de processamento nos últimos cinco anos superara os ganhos na largura de banda, tal como ele previra.

O encontro começou no final da manhã. A sala de reunião em Erlangen era pequena e o grupo de trabalho, grande; por isso, Grill e os outros membros que não representavam a equipe tiveram que esperar do lado de fora. Brandenburg estava otimista quando se sentou. Distribuiu cópias encadernadas da apresentação de cinquenta páginas e em seguida falou sobre cada ponto com uma precisão tranquila. Disse que o mp3 podia codificar som de qualidade superior usando menos dados. Afirmou que, ao se planejar padrões, era importante olhar para o futuro. Argumentou que a velocidade de processamento computacional um dia estaria à altura do algoritmo. Salientou que a questão da complexidade era um mito. Durante toda a apresentação, fez referências ao relatório.

Quando terminou, foi a vez do Musicam. Eles também levaram um documento. Com duas páginas. O discurso foi igualmente breve: um lembrete sagaz da elegante simplicidade do mp2. Em seguida, o comitê deu início às discussões.

Brandenburg logo percebeu que, apesar da recomendação oficial do subgrupo, não havia qualquer garantia para o mp3. As deliberações arrastaram-se por cinco horas. As conversas tornaram-se cáusticas e, mais uma vez, Brandenburg sentiu o cheiro de tramoias obscuras de natureza política. Cada vez mais agitado, Grill entrava toda hora na sala de reunião para em seguida voltar a andar de um lado para o outro no corredor com os colegas. Por fim, um representante da Philips assumiu a palavra. Seu argumento foi conciso: dois padrões de rádio gerariam medo, incerteza e dúvida. O motivo de um padrão existir é ser único. Após uma menção sutil aos requisitos de capacidade de processamento do mp3, ele concluiu com um apelo direto aos membros do grupo com direito a voto: “Não desestabilizem o sistema.” Então, o comitê — em prol da estabilidade, presumia-se — votou pelo abandono definitivo do mp3.[12]

Era o fim. Não havia mais esperanças. O MPEG os banira do VCD e os comitês de radiodifusão os expulsaram das ondas do rádio. Depois de ter competido em pé de igualdade com o mp2, o Fraunhofer agora perdia de zero a sete. O mp3 era o Betamax.

Bernhard Grill ficou arrasado. Passara a maior parte de uma década trabalhando naquela tecnologia. De pé na sala de reunião lotada, as costas na parede, considerou desafiar a decisão. No entanto, sabia que

era emotivo e temia que, ao começar a falar, perdesse o controle e se lançasse em um desabafo furioso alimentado pela frustração reprimida sentida contra aquele grupo de executivos ignorantes que haviam passado anos enganando-o. Por isso preferiu o silêncio.

Typisch Deutsch no final das contas. A incapacidade de falar naquele momento atormentaria Grill por anos. Os abutres que cuidavam do orçamento sentiam o cheiro de sangue, e Grill sabia que os patrocinadores do mp3 retirariam seu financiamento. O Estado alemão gostava de financiar tecnologias com potencial, porém agora a guerra dos formatos estava perdida. Grill era obstinado e estava determinado a seguir em frente, mas previa conversas difíceis: o abandono do projeto sem perspectivas, a dissolução da equipe, a comiseração paternalista por anos de trabalho desperdiçados.

Karlheinz Brandenburg também estava arrasado. Ele lidara com as derrotas anteriores com calma, porém agora o tinham deixado sem esperanças. O representante da Philips nem sequer havia apresentado um argumento de verdade. Bastara-lhe um simples exercício do músculo político e pronto. A experiência toda parecia sádica, uma tentativa deliberada de esmagar seu ânimo. Nos anos que se seguiram, ao falar sobre essa reunião seu sorriso nervoso desaparecia, os lábios se contraíam e ele assumia um olhar distante.

Ainda assim, aquilo era engenharia, na qual resultados comprovados necessariamente deveriam sobrepujar o sentimento humano. Depois da reunião, Brandenburg reuniu a equipe para um rápido discurso motivacional no qual — o sorriso forçado recuperado — explicou como o pessoal dos “padrões” simplesmente cometera um erro. De novo. A equipe ficou desconcertada com sua atitude otimista, mas Brandenburg tinha um fichário cheio de dados de engenharia e testes duplo-cegos que, de forma consistente, comprovavam a superioridade de sua tecnologia. Barganhas políticas à parte, era isso que importava. De alguma forma, o mp3 tinha que vencer no final. Eles só precisavam encontrar alguém que os ouvisse.

CAPÍTULO 2

Numa manhã de sábado do mesmo ano, 1995, dois homens iam para o trabalho em uma fábrica de CDs da PolyGram localizada em Kings Mountain, Carolina do Norte.[1] Viajavam em um Jeep Grand Cherokee preto 4x4 com os vidros escuros. Os dois trabalhavam meio período na fábrica, e os bicos de fim de semana complementavam a renda obtida de outros empregos como entregador de móveis e atendente de fast-food. O carona se chamava James Anthony Dockery, mais conhecido como "Tony". O motorista era Bennie Lydell Glover, mas todo mundo o chamava de "Dell".

Haviam se conhecido alguns meses antes no chão da fábrica, onde Dockery, um tagarela, convencera Glover, um bom ouvinte, a lhe garantir caronas diárias para o trabalho. Os dois moravam em Shelby, uma cidadezinha de quinze mil habitantes a cerca de vinte minutos da PolyGram. Glover tinha 21 anos; Dockery, 25. Não tinham diploma universitário. Ambos eram batistas praticantes. Nenhum deles jamais morara a mais do que alguns quilômetros de distância do local onde haviam nascido.

Glover era negro, usava cavanhaque, o cabelo cortado num *fade* bem-cuidado, e vestia camiseta e calças jeans. Era magro, porém musculoso, e os cantos da boca eram voltados para baixo, num tipo de careta. As pálpebras pesadas lhe conferiam uma expressão de indiferença constante, a linguagem corporal era lenta e deliberada, e sua presença transmitia tanta tranquilidade que beirava o torpor. Quando falava, o que não era comum, primeiro levava um bom tempo para organizar os pensamentos. Então, sua voz emergia, extremamente grave e saturada nos tons açucarados da cidadezinha do Sul, apenas para dizer o essencial, talvez menos.

Dockery era branco, tinha o cabelo loiro cortado rente e olhos saltados e vidrados. Era mais baixo do que Glover e alternava-se entre acima do peso e obeso. Falava rápido, gostava de contar piadas, era emotivo e volúvel. Embora se irritasse com facilidade, tendia a rir ao mesmo tempo que xingava. Ele fazia questão de deixar suas opiniões bem claras para quem quisesse ouvir, e até para quem não quisesse.

Ao chegarem à PolyGram, Glover e Dockery reduziram a velocidade

na entrada de serviço. Não dava para ver a fábrica da estrada — ela se escondia num “grito”, termo regional para uma depressão estreita na terra. Subiram os morros com o Cherokee e, ao fazer a última descida, depararam-se com uma visão imensa e surpreendente: uma fábrica do tamanho de um pequeno aeroporto. A PolyGram tinha uma área de cerca de trinta mil metros quadrados, com um estacionamento que comportava trezentos carros. Os caminhões mais pesados eram conduzidos até os fundos, onde eram carregados com discos recém-prensados para distribuição na Costa Leste. À noite, os estacionamentos eram iluminados por holofotes, e as máquinas elétricas no interior do prédio zuniam o dia inteiro. Ainda assim, a fábrica conservava algo da natureza bucólica do ambiente campestre ao redor. O perímetro era cercado pela floresta, e os estacionamentos eram ocasionalmente invadidos por perus selvagens.

Glover e Dockery encontraram uma vaga para estacionar depois de passarem por centenas de outros carros que entravam e saíam no meio de uma mudança de turno e entraram no prédio pela lanchonete. Lá dentro, foram até a portaria, onde os funcionários tinham que mostrar a identificação e ter as bolsas verificadas. Em cada turno havia um número fixo de funcionários, então cada trabalhador precisava esperar pela saída de um colega para bater o ponto. Como medida de segurança, os funcionários que saíam não podiam ter nenhum contato físico com os que chegavam. Assim que Glover e Dockery deram entrada oficialmente, tiveram acesso ao interior da fábrica. Lá, nove linhas de produção, organizadas em paralelo, estavam distribuídas por centenas de metros. Cada linha empregava uma dúzia de trabalhadores em uma sequência coreografada de produção de alta eficiência.

O processo de produção do CD começava com uma fita máster digital, transportada do estúdio sob um pesado esquema de segurança. A fita era clonada em uma sala limpa usando-se um molde de produção de vidro e depois trancada em uma sala segura. Em seguida, tinha início o processo de replicação, no qual CDs virgens eram prensados com o molde de produção em cópias exatas bit a bit. Depois da replicação, os CDs eram laqueados e enviados ao processo de acondicionamento, no qual são “casados” com caixas de acrílico e combinados a capas, contracapas, encartes e outros materiais promocionais. Certos CDs continham letras explícitas, portanto requeriam um adesivo com a advertência “Parental Advisory”, muitas vezes aplicado à mão. Então os CDs acondicionados alimentavam uma máquina de embalagem e eram empilhados em uma caixa de papelão

e levados para o estoque, onde aguardavam a distribuição para os consumidores. As lojas de discos recebiam novos álbuns toda terça-feira, porém eles precisavam ser produzidos — prensados, acondicionados e embalados — na fábrica da PolyGram com semanas de antecedência.

Em um dia agitado, a fábrica podia produzir cerca de 250 mil CDs. A fábrica da PolyGram empregava seiscentas pessoas e tinha turnos durante as 24 horas do dia o ano inteiro. A maioria dos trabalhadores era de funcionários efetivos, mas quando o volume aumentava eles recorriam a temporários, como Dockery e Glover. Os dois estavam na base da hierarquia organizacional. Eram funcionários temporários sem qualificação que trabalhavam em extremidades opostas da máquina de embalagem. Glover era um "depositador": usando luvas cirúrgicas, inseria os CDs já em suas caixas seladas na máquina. Dockery, por sua vez, era um "encaixotador": pegava os CDs embalados na outra extremidade da esteira e os colocava em uma caixa de papelão. Eles recebiam 10 dólares por hora.

No meio do trabalho pesado, os dois logo ficaram amigos. Dockery, brincalhão e extrovertido, divertia Glover. Este, taciturno e solícito, dava carona a Dockery. Apesar das aparências, tinham muito em comum. Gostavam das mesmas músicas, possuíam a mesma renda, conheciam praticamente as mesmas pessoas e, o principal, eram fascinados por computadores.

No início dos anos 1990, essa era uma inclinação incomum para dois homens da classe trabalhadora da Carolina do Norte — era mais fácil um morador típico de Shelby ter um rifle de caça do que um PC. Mas Glover e Dockery estavam à frente do seu tempo. Os computadores deles tinham modems, e os dois haviam começado a fazer experiências em BBSs (*bulletin board systems*, quadros de mensagens eletrônicas) e com a cultura nascente da internet. Em 1995, o mundo on-line ainda era em grande parte um arquipélago fragmentado de servidores domésticos, a maioria dos quais não se comunicava. Como em Galápagos, os quadros de mensagens eram ilhas isoladas que desenvolviam vocabulários e culturas distintas, e as pessoas se conectavam a eles discando um número de telefone fornecido pelos jornais.

O interesse de Glover pela tecnologia era de família. O pai fora mecânico. O avô, fazendeiro, se dera muito bem como técnico de aparelhos de TV. Nascido em 1974, Glover tinha o mesmo nome dos dois, por isso recebera o acréscimo Dell para evitar confusão com os outros Bennie Glovers da casa. As coisas tinham sido difíceis para seus

ancestrais: suas vidas foram determinadas pela era da discriminação contra as "pessoas de cor" à qual Dell escapara por pouco. Em uma época de racismo endêmico arraigado, os Glover mais velhos haviam encontrado nichos como "consertadores", homens capazes de consertar qualquer coisa, de válvulas a juntas queimadas.

Quando criança, Dell demonstrava um interesse infatigável por carros, motocicletas, rádios, TV e qualquer coisa com motores ou circuitos. Não se cansava de tentar entender o funcionamento das máquinas, desmontando-as e remontando-as repetidas vezes. Seu pai, um homem calmo e prático, encorajara tais interesses. Dell lembrava com prazer do primeiro passeio de trator, seguido por uma breve discussão sobre o funcionamento da máquina e a função de cada peça.

Aos quinze anos, Dell comprou o primeiro computador. A mãe o acompanhou ao departamento de eletrônicos da Sears. Foi em 1989, época em que o PC ainda era território exclusivo de entusiastas. O catálogo da Sears daquele ano apresentava as especificações de uma máquina típica: dois megabytes de memória RAM, HD interno de 28 megabytes, monitor monocromático e dois drives de disquete de 5,25 polegadas. O custo total chegava a 2.300 dólares, um preço compreendido melhor quando ajustado à inflação atual: Glover pagara o equivalente a 4 mil dólares por uma caixa de nove quilos com menos capacidade de processamento do que um celular barato.

Ele não tinha como fazer o pagamento à vista, então a loja lhe ofereceu um crediário, e sua mãe foi cossignatária. Para levantar o dinheiro das parcelas, ele arranjou um trabalho durante as férias lavando pratos no Shoney's. Quando as aulas começaram, ele permaneceu no serviço, indo direto do campus para o restaurante e trabalhando até as onze da noite todos os dias úteis, até as sextas. Suas notas diminuíram, assim como seu interesse pelos estudos, mas a gerência do Shoney's ficou impressionada com a capacidade e a disposição do funcionário. Quando se formou, já coordenava a cozinha.

Mais ou menos nessa época, as noites de Glover também se tornaram complicadas. Durante o sono, tinha a respiração difícil e roncava ou até engasgava, acordando sobressaltado. Em noites críticas, podia ter acessos várias vezes em uma única hora. A apneia do sono de Glover era uma doença crônica não diagnosticada que o deixava sonolento durante o dia e tornava as noites insuportáveis. Foi um fator que contribuiu para a sua rotina cansativa depois dos quarenta anos: doze horas de trabalho seguidas por um tempo livre no computador, e depois por quatro ou cinco horas de sono agitado. Nos

fins de semana, ia jogar boliche.

Depois de se formar, e de um breve período em uma faculdade comunitária, ele resolveu procurar um emprego em tempo integral. O ramo alimentício não era uma alternativa. O Shoney's era uma caixa de gordura, e Glover estava farto de cheirar a fritura. Entretanto, havia aprendido uma lição valiosa nesse emprego: quem trabalha duro é promovido. Nos dois anos seguintes, Glover transportou móveis e complementou a renda com uma sucessão de serviços mal pagos oferecidos por uma agência de empregos temporários. Em 1994, assinou um contrato de longo prazo para trabalhar nos fins de semana na fábrica da PolyGram.

PolyGram. O nome e o trabalho despertaram o interesse de Glover. Ele conhecia a empresa como um selo musical, porém não estava familiarizado com seu portfólio de atividades. Com o tempo, descobriria que a PolyGram era na verdade uma divisão de uma entidade corporativa muito maior: a Philips, a gigante dos eletrônicos com sede na Holanda, coinventora do CD. Além de entusiasta digital, Glover também era um ávido consumidor de música, fascinado pela tecnologia do CD. Havia pouco tempo, ele fizera a transição das fitas para os CDs, e poucos meses antes até comprara um CD player usado com a intenção expressa de desmontá-lo. Fizera o levantamento dos componentes: um drive mecânico, uma entrada para fones de ouvido, os típicos circuitos e um pequeno laser barato. Já os CDs continham uma série de ranhuras microscópicas que representavam uma sequência binária. O laser era disparado sobre as ranhuras e devolvia a informação para um sensor. Em seguida, os circuitos traduziam a informação para um impulso elétrico que era enviado para uma caixa de som, concluindo a transformação de sinais digitais armazenados em plástico em vibrações analógicas transmitidas pelo ar.

No primeiro dia na fábrica, Glover recebeu a montanha-padrão da papelada do trabalho. Entre os documentos estava a norma da PolyGram "Tolerância Zero para Furtos", que proibia a retirada não autorizada de CDs inéditos sob a ameaça de demissão. Os termos dessa norma eram amplos, estendendo-se à cópia não autorizada e a conspirações. Glover assinou, datou e rubricou o documento, que foi anexado ao seu arquivo. Em seguida, foi levado ao chão da fábrica.

Logo ficou claro que a PolyGram não o contratara por suas habilidades técnicas. Qualquer um podia ser depositador. Colocar caixas de acrílico em uma máquina de embalagem não demandava habilidade nem ética profissional, apenas uma resistência heroica ao tédio. De vez em quando, lhe mandavam aplicar os adesivos de

advertência “Parental Advisory” — o mais próximo que o trabalho chegava de ser divertido. Todavia, ele vislumbrava uma chance de crescimento profissional. Vários funcionários efetivos haviam começado como temporários, e alguns agora estavam na gerência. Havia um futuro ali, talvez como técnico, talvez como supervisor. Para chegar a uma dessas posições, ele só precisava se dedicar e colocar em prática o que aprendera no Shoney’s.

Na verdade, havia oportunidades de crescimento em todo lugar. As cidadezinhas batistas dos sopés da Carolina do Norte estavam se transformando no corredor industrial que mais crescia nos Estados Unidos. Na maior parte do país, os empregos do setor industrial desapareciam à medida que o trabalho era automatizado ou terceirizado para a América Latina e a Ásia. Contudo, no Sudeste dos Estados Unidos acontecia o oposto, à medida que incentivos fiscais, o preço baixo da terra e uma aversão a organizações sindicais atraíam corporações multinacionais. Em 1993, a BMW inaugurara a primeira fábrica de automóveis fora da Alemanha[2] — não na China ou no México, mas em Spartanburg, Carolina do Sul, ali perto da cidade natal de Glover. Dezenas de outras multinacionais haviam imitado a BMW, incluindo o conglomerado holandês da Philips, que contratara Glover. As Carolinas passavam por uma transformação.

Shelby, a cidade natal de Glover, também. A sede do condado de Cleveland por décadas não passara de um resquício modorrento dos velhos e sombrios dias do Sul rural. A praça da cidade ficava ao lado da estação de trem, e ao sul dali a estrada principal levava a um conjunto de mansões com colunatas. Do outro lado da estrada, os preços das propriedades caíam drasticamente, seguindo um padrão previsível de segregação racial.[3] Dividida por raça e pela geografia, a população da cidade se mantinha unida pela denominação religiosa. Havia mais de vinte igrejas batistas em Shelby, e no verão curas pela fé ao ar livre e tendas erguidas para a renovação religiosa eram algo corriqueiro.

Tudo isso agora desaparecia. O novo “centro da cidade” de Shelby era uma longa série de mesmice de franquias corporativas ladeando a rodovia 74. Havia um Walmart, um cinema, um centro comercial, um Chick-fil-A, outro centro comercial, um Bojangles’ e um grande shopping. As lojas formavam uma espécie de fila indiana, o que mesmo em uma cidade tão pequena quanto Shelby tendia a criar problemas para o tráfego. Todas eram cercadas por estacionamentos extensos.

A cultura automobilística, a grande equalizadora da vida

americana, estava mais uma vez em ascensão. O veículo que alguém possuía e seus acessórios representavam autoridade, status e estilo. O preço da gasolina era tópico de discussões intermináveis, comparações e especulações entre os moradores da cidade — falavam do mesmo modo que os nova-iorquinos discutiam o preço dos aluguéis. O trecho anônimo e congestionado da rodovia que cortava Shelby agora era o centro de vida social e cultural.

E Glover gostava de sua cidade natal, apesar de ser o primeiro a admitir que a vida por lá podia ser terrivelmente entediante. Nos fins de semana, ia para Charlotte, a maior cidade da Carolina do Norte, localizada a cerca de uma hora de carro de Shelby. Lá, se divertia no Club Baha, no Club 2000 ou em qualquer uma da meia dúzia de pistas de dança da cidade, onde promoters e DJs tocavam discos de hip-hop para multidões barulhentas não segregadas por raça. Havia energia na vida noturna dali estimulada pela recente reinvenção do que era a música popular. A música chiclete que dominava o rádio agora perdia espaço para o gangsta rap pesado. Logo Glover se tornou presença garantida em Charlotte, às vezes acompanhado por Dockery. Jovem e bonito, com uma voz grave e um ar de indiferença forçado, Glover costumava fazer sucesso com as mulheres. Já Dockery, não.

As boates não ficavam muito longe de Shelby, mas também não ficavam tão perto assim. Dirigir por duas horas para umas poucas horas de diversão não era o melhor dos negócios, e havia também a possibilidade de acabar voltando sozinho para casa no fim da noite com o perigo de dirigir sob o efeito do álcool. Desse modo, muitas vezes era mais fácil trazer a boate até você, colocando o som do carro no volume máximo. A nova tendência no rap parecia ter sido feita especialmente para encorajar tal atividade. Snoop Dogg, Ice Cube e os outros pioneiros do som da Costa Oeste suscitavam um renascimento da cultura automobilística que a música popular não via desde os Beach Boys. Nos estacionamentos de Shelby e Charlotte, Glover tinha contato com esse estranho novo mundo de suspensões hidráulicas e vidros com película, subwoofers potentes e aros cromados. Um carro bem equipado podia transformar uma área asfaltada sem graça em uma festa espontânea no qual dezenas de pessoas riam, dançavam, flertavam e bebiam. Podia até mesmo levar à terra prometida: um passeio com sua garota até a avenida principal da cidade.

Apesar da boa aparência e da atitude, Glover estava em desvantagem nesse quesito. Seu Cherokee dava conta do recado na hora de ir para o trabalho, mas era capenga tanto como sistema de estéreo móvel quanto como ímã de garotas. As vantagens de um

veículo melhor e dos habituais opcionais de fábrica eram claras, e a necessidade, urgente. Desde o início, ele fora movido por uma cobiça um tanto tacanha: Glover queria um carro melhor.

E logo. Mas por enquanto o Cherokee teria que servir. Naquele sábado de 1995, depois de um longo turno depositando e encaixotando, Glover e Dockery estavam prontos para relaxar. A programação para aquela noite era diferente: um dos técnicos havia convidado os dois para uma festa em sua casa. Os dois almejavam cargos com salário melhor, e, embora seus colegas às vezes parecessem um pouco formais, ir à festa seria uma chance de fazer contatos.

A noite acabou sendo cheia de surpresas. A festa foi mais divertida do que Glover esperara, com muito álcool e mulheres, além de outras coisas. Vários funcionários da gerência da fábrica estavam presentes, e Glover ficou impressionado pela simpatia fora do ambiente de trabalho. À medida que a festa se desenrolava, o anfitrião ligou o som para o pessoal dançar. Glover, frequentador de pistas de dança, conhecia o que tocava nas rádios, porém nunca tinha ouvido aquelas músicas, apesar de serem de artistas dos quais gostava. Depois de alguns drinques, ele teve uma revelação nebulosa. É claro que não tinha ouvido aquelas músicas antes: elas ainda não tinham sido lançadas. O anfitrião animava a festa com músicas que roubara da fábrica.

CAPÍTULO 3

Em junho de 1995 — pouco depois da reunião de Karlheinz Brandenburg em Erlangen e pouco antes da festa à qual Dell Glover compareceu com os colegas —, Doug Morris, o presidente para a América do Norte da Warner Music, caminhava pelos corredores do escritório de Manhattan da Time Warner para uma reunião com seu chefe. Nas paredes ao redor, centenas de discos de ouro celebravam uma série de lançamentos de sucesso que remontavam a Sinatra. A Warner Music fazia parte do conglomerado de entretenimento Time Warner, cujo legado era ainda mais antigo — tendo sua origem com os irmãos Warner —, sendo uma parte significativa da história do entretenimento americano do século XX pertencente a ela.

Morris, que assumira o cargo havia apenas oito meses, estava confiante de que tal legado seria mantido. Desde a sua nomeação como CEO, a Warner dominava a indústria fonográfica, e ele fora recompensado com um carro da empresa, um motorista particular, um escritório amplo, com uma das melhores vistas do edifício e um piano, além de acesso ao jatinho da empresa. Por administrar a companhia fonográfica mais rentável dos Estados Unidos no período mais lucrativo de sua história, ele recebia 10 milhões de dólares por ano,[1] além de ações. E, considerando os artistas contratados recentemente pela empresa, o futuro parecia ainda melhor.

Aos 56 anos, Morris chegava ao fim da meia-idade, mas conservava a linguagem corporal de um adolescente. De rosto largo e barbeado, evitava ficar acordado até tarde e ia para a academia bem cedo. Ficara careca uns anos antes e, quando sorria, erguia as sobrancelhas, fazendo com que as linhas de expressão da testa marcassem a região onde houvera um bico de viúva. Tinha um ar de constante surpresa, porém os olhos transmitiam uma inteligência expressiva, penetrante, complementada por uma personalidade fascinante.

Um bom rapaz judeu de Long Island, Morris crescera no tranquilo vilarejo de classe média de Woodmere, uma das primeiras áreas residenciais dos Estados Unidos. Lá, desenvolveu um forte sotaque regional, e pelo resto da vida *coffee* [café] foi "cawfee" e *water* [água] foi "wahduh", enquanto Long Island era "Lawng". O pai dele fora

advogado, mas problemas de saúde atrapalharam sua carreira, levando a mãe de Morris, professora de dança, a se tornar a provedora da família. A ambição de Doug estivera clara desde a infância, assim como a do irmão, que se tornou oncologista. Por outro lado, apesar da atração exercida por carreiras mais respeitáveis, desde muito cedo Morris estava destinado ao show business.

Durante seu tempo na Universidade Columbia, ele só tirava C, negligenciando os estudos para focar no piano e em uma carreira em potencial como músico. E não eram apenas sonhos infundados — Morris promoveu concertos durante todo o ensino médio e a faculdade, e por um breve período chegou a ter um contrato com a Epic Records, que lançou seu único compacto em vinil (que não alcançou as paradas de sucesso). Depois de ter concluído o bacharelado em sociologia em 1960, Morris foi convocado pelo Exército americano em tempos de paz e serviu em uma base militar na França durante dois anos. Em 1962, voltou para se estabelecer de vez em Nova York, que na época vivia o renascimento do folk no Greenwich Village. Entretanto, Morris estava em descompasso com a tendência, pois fazia mais o estilo Bobby Darin do que Bob Dylan, e fracassou como músico.[2]

Ele decidiu tentar a carreia de compositor. Aprendeu o ofício na Laurie Records como assistente de Bert Berns, o autor de sucessos como “Hang On Sloopy” e “Twist and Shout”. Apesar das aparências, ser um compositor bem-sucedido era um desafio, mesmo que a maioria das músicas pop no topo das paradas fosse considerada nada além de letras açucaradas com uma variação qualquer das cifras C, F e G. (Mais à frente na carreira, Morris afirmaria que todos os hits dos últimos cinquenta anos eram apenas versões de “La Bamba”.) Em 1966, depois de muitos anos de trabalho duro, ele enfim conquistou um sucesso razoável com “Sweet Talkin’ Guy”, interpretada por um grupo feminino do Bronx, The Chiffons.

Ouvir a própria obra no rádio o deixou maravilhado, porém Morris não conseguiu repetir o sucesso. Havia muita concorrência no campo da composição, e ele não via muito interesse no seu trabalho. Em 1967, ele perdeu ainda mais o estímulo com a morte prematura de Berns devido a um infarto aos 38 anos. Em busca de um novo rumo para sua vida, Morris deu início à transição para a parte administrativa da indústria. Embora ainda oferecesse orientações no trabalho de estúdio e de vez em quando recebesse créditos como produtor, dali em diante ele seria um homem de negócios.

Em 1970, ele fundou a própria empresa, o pequeno selo

independente Big Tree Records, com um investimento de 50 mil dólares. Nos anos seguintes, o selo conseguiu emplacar alguns pequenos sucessos, o mais notável deles "Smokin' in the Boys' Room", do Brownsville Station, que Morris também produziu. Como muitas das músicas lançadas pelo Big Tree, a canção era comercialmente viável, porém insípida em termos artísticos. Contudo, vendas eram vendas, e com o tempo ele atraiu a atenção de figurões, em particular de Ahmet Ertegun, fundador da Atlantic Records, que fechou um acordo de distribuição com o Big Tree em 1974 e comprou todo o selo em 1978.

Ertegun era uma lenda.[3] Bon vivant filho do embaixador da Turquia nos Estados Unidos, ele fizera a carreira vagando pelos bares de negros dos Estados Unidos e capitalizando o som do rhythm and blues, contratando artistas como Ray Charles e Aretha Franklin. Quando o rock substituiu o R&B, Ertegun seguiu a tendência reunindo o supergrupo Crosby, Stills, Nash, and Young e contratando o Led Zeppelin ao identificar a força da banda ao ouvir sua fita demo. Ele vendeu a Atlantic para o Warner Music Group, fazendo uma imensa fortuna ao mesmo tempo que retinha o controle criativo. No início da década de 1970, ele concluiu sua trifeta no rock clássico, tendo dado aos Rolling Stones seu próprio selo e um dos maiores contratos de distribuição da história. Eles o recompensaram com *Exile on Main Street*. Sempre em busca de novos talentos, Ertegun percebeu o de Morris, apesar do humilde grupo de artistas que integravam do Big Tree.

Morris foi para ATCO, a divisão da Atlantic para artistas que não se encaixavam no portfólio da gravadora, onde passou a gerenciar tanto o selo do Led Zeppelin, Swan Song, quanto o Rolling Stones Records. Embora o talento das duas bandas fosse inegável, ambas já tinham passado pelo auge criativo, e, mais uma vez, Morris trabalhou com uma série de hits comerciais fracos. Todavia, sua personalidade e o fato de ter gerado lucro para a companhia levaram Ertegun a amá-lo como um filho. Em 1980, Morris foi promovido a presidente da Atlantic Records e ganhou uma sala ao lado da do próprio Ertegun. Após um ano de serviços bem-sucedidos, Ertegun lhe deu um bônus de 1 milhão de dólares.[4]

Nesse período, a indústria fonográfica se tornava um meio corporativo. O éthos da contracultura dos anos 1960 e 1970 aos poucos era substituído por uma atitude mais comercial, e "se vender" não era mais considerado um pecado imperdoável. A criação da MTV em 1981 marcou o fim do rock cujo objetivo era produzir bons álbuns

e o ressurgimento do pop voltado a singles de sucesso. As mudanças culturais estenderam-se à gerência. As transações feitas com sacos de papel cheios de dinheiro deram lugar a demonstrações financeiras auditadas de forma independente, e as velhas ligações da indústria com o crime organizado foram cortadas em definitivo.[5]

Morris se adaptou bem aos novos arranjos, abandonando a barba e adotando um paletó esportivo com gravata. O mesmo não podia ser dito de Ertegun, uma criatura de uma época anterior. Em 1989, a Warner Communications anunciou a fusão com a Time, Inc. para criar o maior conglomerado de entretenimento diversificado do país. Antes da fusão, solicitaram a Ertegun que apresentasse o plano estratégico para o selo da Atlantic aos executivos da Warner em uma reunião marcada para bem cedo. Morris apareceu na hora marcada e aguardou a chegada do chefe com outros executivos na sala de reunião. Ertegun chegou vinte minutos atrasado, bêbado depois de uma noitada, a camisa toda suja de respingos de vinho. “Eis o nosso plano”, disse. “Vamos emplacar mais sucessos.”[6] Em seguida, foi embora.

Em 1990, estava claro que o tempo de Ertegun havia passado. A Atlantic Records era um selo lendário, e livros inteiros foram escritos sobre a gravadora, porém os anos 1980 não tinham sido nada bons para ela, e no final da década seus artistas pareciam peças de uma exibição paleontológica. Os 300 milhões de dólares em receita gerados em 1989 representavam pouco mais de um décimo do império da Warner Music, e grande parte das vendas era de relançamentos dos remanescentes do rock clássico em CD. Pelas costas de Ertegun, executivos da Time Warner propuseram tirá-lo do comando e eleger Morris como substituto. Leal ao mentor, Morris contou sobre a ideia ao chefe. Para sua surpresa, Ertegun a aprovou com a condição de que os dois fossem coCEOs. Assim, Morris administraria o dia a dia da Atlantic, enquanto Ertegun manteria uma autoridade simbólica, permanecendo como a cara da gravadora.

Na época, Morris tinha 51 anos. Ele era bem-sucedido pelos padrões convencionais, e Ertegun o recompensara bem. Contudo, também era justo dizer que, após trinta anos na indústria fonográfica, ele ainda não fizera nada memorável. A carreira como compositor era uma nota de rodapé e seu pequeno selo nunca produzira um hit realmente notável. Cuidara de grandes artistas na Atlantic, mas todos em fim de carreira. Conseguira um excelente álbum de Stevie Nicks antes de ela sucumbir ao destrutivo vício em cocaína, supervisionara os dois últimos álbuns do Led Zeppelin, amplamente considerados os piores de sua discografia. A sombra de Ertegun era vultosa, e Morris passara

a maior parte da carreira debaixo dela. Gostavam dele, mas não necessariamente o admiravam, e sua nomeação foi encarada com ceticismo.[7]

Em cinco anos, ele se tornou o executivo mais poderoso da indústria fonográfica da América do Norte. O aprendiz de Ertegun se provou capaz de assumir riscos, de escalar incansavelmente os degraus corporativos, um homem que passara a vida à espera dessa oportunidade. Ele transformou a Atlantic ao investir agressivamente em novos talentos ainda não comprovados, o que em 1991 levou ao primeiro balanço negativo da história da empresa. No entanto, as apostas deram certo, e em 1994 ele triplicara a receita da Atlantic. Morris voltou a atenção para gêneros negligenciados, como o rap-chiclete e o country comercial, emplacando sucessos com "Rico Suave", de Gerardo, e "I Swear", de John Michael Montgomery, entre outras obras-primas. Desenvolveu um estilo de administração combativo, usando a influência para conseguir orçamentos e compensações maiores. Costumava bater de frente com outros membros da gerência e, quando era confrontado, arquitetava a remoção de seus opositores. No fim de 1994, com a ajuda de Ertegun, engendrou uma ousada insurreição corporativa na Time Warner,[8] a qual terminou com sua promoção ao cargo mais alto na América do Norte, colocando-o à frente de quase um quarto do mercado fonográfico nacional, o equivalente a quase 2 bilhões de dólares em receita — em tal cargo, todos os selos americanos da companhia (Warner Brothers, Atlantic, Elektra) se reportavam a ele.

Aqueles que se juntaram a Morris durante sua rápida ascensão ao topo o descreviam como uma pessoa cordial, aberta e extraordinariamente carismática. Outros, mais distantes, eram mais críticos, queixando-se de sua inconsistência, teimosia e do ego enorme. Só os mais próximos conheciam sua maior qualidade: uma abordagem analítica meticulosa na resolução de problemas. Esse aspecto de sua personalidade era muito bem escondido. Ele parecia um aliciador de Long Island que liderava com o coração. Na verdade, Morris se formara em uma das melhores universidades dos Estados Unidos, integrante da Ivy League, e era brilhante com números. Suas decisões administrativas eram equilibradas e deliberadas e, embora amasse a música com ardor, quando se tratava de investir em novos artistas, usava a linguagem calculada de um cientista. Um associado que o observou por anos chegou à conclusão de que sua atitude era deliberada e ser subestimado era uma forma de manter o poder. "Morris era como um velho advogado do interior",[9] diria ele mais

tarde. “Quando alguém achava que o estava passando para trás, ele estava sempre três passos à frente.”

Em 1995, ao percorrer os corredores para encontrar Michael Fuchs, o presidente da Warner Music, Morris parecia invencível. Ainda estavam em junho, mas ele vira os números das vendas e sabia que tinha lançado o álbum de maior sucesso do ano: *Cracked Rear View*, da banda de frat rock suave Hootie & the Blowfish. Grupos de jovens com bermudas cargo e bolas de futebol americano transformaram o Hootie em superastros das universidades estaduais, vendendo perto de oito milhões de cópias. Seu sucesso “Only Wanna Be with You” parecia ter sido cientificamente criado para tocar em aparelhos de som de vilas universitárias.

O Hootie não fora uma aposta óbvia por várias razões. Na verdade, todo mundo do departamento de Artistas e Repertório (A&R) rejeitara a banda.[10] A opinião geral entre os principais caça-talentos da gravadora era de que o Blowfish era uma banda sem autenticidade com uma presença de palco terrível e nenhuma habilidade para compor. Morris discordava. Ou talvez até concordasse, porém resolveu que não importava. Para ele, a única coisa relevante era o fato de a popularidade da banda estar em ascensão, espalhando-se da Universidade da Carolina do Sul para o resto do estado.

Ele aprendera essa lição muitos anos antes, no seu primeiro emprego na Laurie Records, quando passou do papel de artista para o de executivo. A mudança levou-o a prestar mais atenção às vendas, mas na década de 1960 era difícil acompanhar os números. As lojas de discos nem sempre estavam dispostas a compartilhar relatórios de vendas, e, mesmo que estivessem, numa era anterior aos computadores, era impossível coletar e organizar os dados de milhares de lojas do país inteiro. Por essa razão, as paradas da *Billboard* não eram muito confiáveis. Tampouco as estatísticas das rádios — a indústria sofria com escândalos recorrentes envolvendo a prática do jabá e, mesmo quando não havia suborno, os DJs tendiam a priorizar suas músicas favoritas. Apenas uma pessoa na Laurie podia fornecer a Morris os números de que ele precisava: um auxiliar administrativo cujo trabalho, na verdade, estava muito distante do *glamour* da indústria fonográfica: o responsável pelo recebimento dos pedidos de compra.

Morris o perseguia como um fantasma. Sempre que recebia um pedido grande — o que na Laurie significava qualquer coisa além de uma caixa de cem discos de vinil —, Morris exigia saber quem fizera o pedido, exatamente quantas unidades queriam e o motivo. O

responsável pelos pedidos, como era de se esperar, ficava perplexo. Morris não deveria estar em alguma casa noturna à procura do próximo Jimi Hendrix, em vez de ali no departamento de contabilidade, infernizando a vida de um funcionário administrativo? Mas, para Morris, aquele funcionário era a chave para tudo. Como poderia saber o que vender sem ter noção do que as pessoas estavam comprando?

Na época, a Laurie era a gravadora de uma banda genérica de rock de garagem de Mansfield, Ohio, chamada Music Explosion. O lado A do principal single de sete polegadas deles era um cover fajuto de dois minutos de uma música da Invasão Britânica de 1964, a "Little Bit O' Soul". Entretanto, Morris se lembraria para sempre do disco por outro nome: Laurie 3380, o número de catálogo usado pelo responsável pelos pedidos para acompanhar as vendas da música. Os números eram inexpressivos, com uma exceção: uma loja de discos da cidadezinha de Cumberland, Maryland, que no último ciclo do inventário pedira inexplicavelmente duas caixas de discos.

Morris ficou surpreso com a anomalia. Convenceu o responsável pelos pedidos a lhe dar o telefone do cliente. Logo estava em uma chamada de longa distância com o dono da loja de Cumberland, o qual lhe contou que um DJ local tocara essa música nada excepcional tantas vezes que a transformara em um sucesso regional. Na verdade, o dono da loja já queria fazer *outro* pedido do disco, já que as duas caixas da Laurie 3380 que comprara estavam acabando.

Havia algo de especial em Cumberland, Maryland? Não, com trinta mil habitantes e localizada nos montes Allegheny, não era diferente de qualquer outra cidade pequena nos Estados Unidos. Havia algo de especial em "Little Bit O' Soul"? Não, a música era tão empolgante quanto um biscoito água e sal. Mas Morris suspeitava que uma música bem-sucedida em uma cidade do oeste de Maryland conhecida pela extração de carvão provavelmente se sairia bem em qualquer lugar. Ele pressionou os executivos da gravadora a fazerem um marketing mais agressivo da música, e logo DJs do país inteiro a tocavam no horário nobre. No final de 1967, "Little Bit O' Soul" chegara ao segundo lugar das paradas da *Billboard*, e Laurie 3380 vendera mais de um milhão de cópias.

Morris nunca esqueceu a experiência do primeiro disco de ouro e passou a confiar na pesquisa de mercado mais do que na opinião de especialistas — às vezes, mais até do que confiava nos próprios ouvidos. Que os outros caça-talentos do departamento de Artistas e Repertório cortejassem bandas, fossem a boates e caíssem de amores

por demos. Que eles tentassem prever quais seriam as novas tendências e se iludissem achando que tinham descoberto o próximo grande sucesso. A partir de então, Morris era o responsável pelos pedidos.

Vinte e sete anos depois, ele seguia a mesma premissa. Quando ouviu falar do Hootie & the Blowfish, Morris não teve que ouvir suas músicas, só precisou dar uma olhada nas planilhas das lojas de discos das Carolinas, onde o Hootie gerava mais vendas do que sucessos nacionais. Morris acreditava que o público regional de uma banda de bar desconhecida das Carolinas entendia algo de música que nem os caçadores de talentos mais sofisticados compreendiam, e logo provaria ter razão.

É claro que havia uma pressuposição implícita nessa abordagem: que qualidade estética e popularidade eram equivalentes. Em outras palavras, o álbum que vendia mais cópias por definição era o melhor. Isso às vezes podia levar a resultados surpreendentes. Por exemplo, para o executivo de um selo o melhor álbum de 1967 não foi *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band* ou *Are You Experienced*, mas *More of the Monkees*. O melhor álbum de 1975 não foi *Blood on the Tracks* nem *Tonight's the Night*, mas o *Greatest Hits*, de Elton John. O melhor álbum de 1993 não foi nem *Enter the Wu-Tang*, nem *In Utero*, mas a trilha sonora de *O guarda-costas*. Portanto, o melhor álbum de 1995 foi *Cracked Rear View*. Os críticos podem rosnar em protesto, porém as pessoas compravam o álbum, e isso era tudo que importava para a Time Warner.

No entanto, o fato de correr atrás do responsável pelos pedidos não significava que Morris não assumisse riscos. Aliás, era justamente essa lógica econômica populista que muitas vezes o levava a territórios culturais perigosos. Mais abaixo no livro-razão — e do outro lado de um abismo cultural intransponível da tirolesa anódina de Hootie e companhia — encontrava-se a fatia de 50% que Morris negociara da Interscope Records, de Jimmy Iovine. Iovine era o melhor amigo de Morris. Embora Jimmy morasse em Los Angeles, Morris o via com frequência, e os dois conversavam por telefone várias vezes por dia. O primeiro contato ocorreu quando Morris, na Atlantic, contratara Iovine para produzir Stevie Nicks, e a colaboração levou ao primeiro sucesso solo dela, "Edge of Seventeen". Depois, vieram álbuns do U2 e de Tom Petty que dominaram as ondas do rádio dos anos 1980. Iovine era baixinho, agitado, extravagante e estava sempre com um boné de beisebol surrado que, em mais de dez anos de amizade, Morris só o vira tirar uma vez.

Ele às vezes podia ser um tanto difícil. Morris, uma criatura mais política por natureza, sabia como lidar com ele. Certa vez, em uma reunião com Michael Fuchs, chefe de Morris na Time Warner, o executivo descrevera a abordagem multifacetada que aplicava no campo da mídia sem nenhuma modéstia, se autointitulando o Michael Jordan da administração. Com sua língua afiada, a resposta de Iovine fora rápida: "Certo, mas, para nós, você é o Michael Jordan do beisebol."[11]

Contudo, Jimmy se fazia necessário pelos seus instintos, tanto como produtor quanto como caça-talentos. Ele tinha um ouvido incrível para identificar músicas de sucesso, e seus instintos para o pop beiravam a clarividência. Nas palavras de Morris, ele tinha a capacidade de "ver para além da esquina". Em contato com correntes obscuras da cultura, ele era o melhor identificador de tendências que Morris já conhecera. Mais tarde, Iovine exploraria uma nova fronteira: o gangsta rap pesado.

Como Ertegun muito tempo antes lhe ensinara, entender o som popular significava entender a cultura afro-americana. O jazz, o blues, o soul, o R&B, o rock, o funk, a música disco, o techno, o house, a música eletrônica e o rap — todos tinham raízes nos bairros pobres afro-americanos. Nos últimos tempos, as condições de vida nesses guetos urbanos tinham alcançado um nível assombroso de decadência. O tráfico de crack havia desencadeado uma epidemia de crimes, que no início dos anos 1990 atingiu seu nível máximo com um frenesi irrefreável de violência entre gangues e homicídios. As batidas policiais também violentas que se seguiram culminaram com os tumultos de 1992 em Los Angeles, um surto catastrófico de pequenos conflitos urbanos em que mais de cinquenta pessoas foram mortas e mais de mil construções foram completamente destruídas por incêndios.

Iovine e Morris tinham certeza de que era lá que estava o futuro do pop. Em 1992, tinham ouvido uma prévia de *The Chronic*, de Dr. Dre. O álbum era belicoso, cativante, sonoramente brilhante e estava cheio de hits, mas seu conteúdo era tão explícito que os executivos de gravadoras não tinham coragem nem de chegar perto dele. Vendo uma oportunidade, os dois haviam marcado uma reunião com Suge Knight, o CEO da Death Row Records, o selo por trás do lançamento. Marcado para poucas semanas depois dos distúrbios, o encontro ocorreu em Los Angeles, no Ivy, um restaurante mais conhecido pela notoriedade dos proprietários do que pela qualidade da comida. Suge usava uma camiseta branca enorme e um boné de beisebol vermelho-

sangue de lado, o corpo gigantesco mal cabendo na cadeira. Sentados à sua frente estavam Morris e Iovine — eles estavam impressionados, empolgados e talvez até um pouco assustados. Mais cedo naquele dia, Iovine traçara um plano para ganhar a confiança de Knight: em determinada hora durante a refeição, Iovine pediria licença para ir ao banheiro. Nesse momento, Morris diria a Knight que seu colega era um gênio.

Na metade da reunião, colocaram o plano em ação. "Suge, ouça", disse Morris, apontando para a cadeira que Jimmy deixara desocupada. "Aquele cara é um gênio *autêntico*."

Morris sabia vender seu peixe, mas nesse caso estava sendo sincero. Qualquer um podia ter a sorte de produzir um disco de sucesso, ou talvez até dois, porém Iovine lançara dezenas. Um talento como o dele era muito raro, e quando se conhecia alguém assim tinha-se que pegá-lo pelo colarinho e só soltar depois de ter extraído todas as suas boas ideias. Se Morris tinha um segredo — e é claro que ele negava ter um, mas se tivesse —, era a combinação de qualidades pessoais que lhe permitia manter artistas e executivos na sua órbita pessoal por anos, às vezes até décadas.

Ele passara anos construindo tal reputação. Estava muito ciente de que, na cabeça do público, executivos na sua posição eram considerados vigaristas de fala mansa. Sem dúvida conhecia muitos que reforçavam o estereótipo, mas também sabia que, no longo prazo, os vigaristas acabavam marginalizados e esquecidos. Prejudicar um artista sem sofisticação em um contrato podia render um bom dinheiro a curto prazo, mas logo os comentários se espalhavam e seus telefonemas deixavam de ser retornados. Músicos comentavam. Na verdade, reclamavam sem parar. Queixavam-se até dos contratos mais generosos e muitas vezes externavam seu descontentamento de modo muito público. Cultivar uma reputação de probidade era a única forma de permanecer no jogo. Essa era uma verdade eterna no show business: "O segredo da vida é a honestidade e o jogo limpo. Se puder simular isso, se consegue tudo."

Suge Knight se convenceu. Ele também era autêntico. Pouco depois da reunião, a Death Row assinou um contrato com a Interscope, tendo a Time Warner como distribuidora. O acordo era como a metade do futuro mercado: Snoop Dogg, Dr. Dre e Tupac dominariam as ondas do rádio por anos, e álbuns como *The Chronic* e *Doggystyle* estavam destinados a se tornar eternos best-sellers.

E era ali que estava o verdadeiro dinheiro. Uma geração inteira estava substituindo sua coleção em vinil pelo CD, e sempre que um

garoto de Wisconsin comprava uma cópia digital remasterizada de *Physical Graffiti*, Morris lucrava. Contudo, por mais que sua fortuna aumentasse, Morris preferia não se expor. Ao contrário de Ertegun — que correra atrás de jovens atrizes e curtira noitadas com Mick Jagger — e de Iovine — um indivíduo vivaz do Brooklyn de fala rápida e que fazia questão de que os outros estivessem sempre cientes de sua genialidade —, Morris evitava publicidade. Era famoso na indústria fonográfica, porém pouco conhecido entre o público em geral, e sua relação com a imprensa era distante. Raramente dava entrevistas e encorajava os subordinados a fazerem o mesmo. É claro que ninguém jamais o acusara de timidez. Ele apenas conhecia seu negócio, o que significava colocar os artistas em primeiro lugar. Iovine, Suge e outros podiam ficar com as manchetes. Morris assinava os cheques.

Contudo, o acordo com a Death Row tornou a publicidade inevitável. O selo era incendiário, e as vendas de *The Chronic* superaram as maiores expectativas de Morris, fazendo de Dr. Dre e Snoop Dogg astros lucrativos de longo prazo. A personalidade intimidante de Snoop Dogg era só um disfarce para uma veia cômica brilhante e um enorme talento para melodias arrastadas. Dr. Dre era o Phil Spector de seu tempo, com habilidades musicais e uma ética profissional que assegurariam uma dinastia duradoura na música pop.

E então veio Tupac. Sob a boa orientação de Suge, o ex-estudante de teatro emergira do submundo da consciência política e assumira uma atitude descompromissada do tipo "foda-se o mundo". Ele se destacava até entre os artistas da Death Row. Snoop Dogg parecia um cão de caça e Dr. Dre, o Sapo de *O vento nos salgueiros*, mas Tupac era bonito. Suas frases melódicas eram imortais. Sua voz e cadência, sublimes. O conteúdo lírico das letras era sincero, às vezes quase constrangedor, mas ele tornava impossível ignorá-lo. E tinha uma legião de fãs.

O talento tinha seu preço. Em 1995, uma parte significativa dos dividendos das ações da Time Warner — pagos a aristocratas republicanos com papadas enormes e ternos caros — era financiada por uma máfia de valentões negros que cantavam sobre matar prostitutas e vender crack. A violência extrapolava as letras: Suge estava em regime condicional por assalto; Snoop Dogg era acusado de assassinato; Tupac fora para a prisão por abusar sexualmente de uma *groupie*. Essa interseção desagradável entre sobriedade corporativa e letras vangloriando o crime chamara a atenção dos autointitulados guardiões da família, preocupados com a natureza corrosiva do material gravado sobre a moral da nação. O líder da autodenominada

“cruzada moral” era Bill Bennett, ex-secretário de Educação de Ronald Reagan.

Bennett era um neoconservador radical, um inimigo consumado da cultura e um idiota de primeira. No governo de George H.W. Bush, ele fora o czar das drogas da nação, supervisionando políticas federais antidrogas que tinham como alvo os mesmos ambientes dos quais agora vinham os gangster rappers. Bennett aliara-se a C. Delores Tucker, defensor dos direitos civis dos negros que décadas antes marchara lado a lado com Martin Luther King. Juntos, os dois passaram a exigir que a Time Warner se desfizesse da participação na Interscope e abandonasse o gênero musical em definitivo. Bennett foi para as rádios e os canais de TV a cabo e escreveu editoriais mordazes em jornais de grande circulação. Tucker chegou ao ponto de comprar vinte ações da Time Warner e participar de uma reunião de acionistas da companhia para, em um momento de desconforto excruciante, pedir aos executivos ali presentes que lessem as letras mais explícitas dos lançamentos da Death Row em voz alta diante de seus acionistas. (Eles se recusaram.) Ao fim da performance de Tucker, Henry Luce III, herdeiro da fortuna da revista *Time* e um dos diretores da companhia, foi visto aplaudindo.[12]

Bennett e Tucker haviam criticado os artistas, o selo, o conglomerado corporativo e os executivos. Tinham até transformado a questão das letras de rap em tema da campanha presidencial de Bob Dole, já previsto como candidato do Partido Republicano. Duas semanas antes da reunião marcada entre Morris e Fuchs, Bob Dole citou Morris abertamente diante de uma multidão de doadores de campanha republicanos.

“Eu gostaria de fazer uma pergunta aos executivos da Time Warner: é esse o objetivo de suas carreiras?”, questionou Dole. “Vocês estão dispostos a aviltar nossa nação e ameaçar nossas crianças por lucros corporativos?”[13]

A resposta, pelo menos para a primeira pergunta, era sim. A carreira de Morris nunca estivera tão bem, e se o sucesso significava colocar “Bitches ain’t shit but hoes and tricks” [Vadias não valem nada, são só putas traidoras] na boca de crianças do ensino fundamental, que assim fosse. Morris já passara muitas vezes por esse tipo de furacão de ultraje político. Uma das primeiras bandas contratadas pela Atlantic após ele assumir o controle fora o 2 Live Crew, o quarteto booty bass (um subgênero de hip-hop originado em Miami) cujo hino para clubes de striptease “Me So Horny” pegara a todos de surpresa, inclusive Morris, ao se tornar um grande sucesso

underground. A música fora o destaque de *As Nasty As They Wanna Be*, o primeiro (e até hoje único) trabalho musical banido nos Estados Unidos por obscenidade. Morris contratara o 2 Live Crew em meio a essa polêmica e lançara seu álbum seguinte, *Banned in the U.S.A.*, com seu hit imortalizado "Face Down Ass Up".

As polêmicas eram temporárias. Os royalties duravam para sempre. Morris tinha certeza de que em breve os críticos da Death Row encontrariam outra coisa de que se queixar, assim como ocorrera com o 2 Live Crew. O pânico moral iria arrefecer e ele poderia continuar cultivando a genialidade singular do selo. Como fizera tantas vezes antes, Morris aguentaria firme. Apesar de avesso a entrevistas, ele posava para fotos com frequência, e entre elas havia uma nova favorita, que ele exibia num porta-retratos em sua mesa: uma foto dele em preto e branco tirada numa festa, parecendo um anão perto de Suge e Snoop Dogg, bem ao lado de Pac, os olhos brilhando de alegria.[14]

Se a Time Warner aguentara as críticas contra "Face Down Ass Up", poderia suportar os ataques a "Gin and Juice". As contratações de Morris haviam levado a Warner Music ao topo do ranking, superando os outros cinco conglomerados corporativos das Big Six [Seis Grandes], o grupo dos seis maiores conglomerados de mídia do país. Investindo em qualidade, Morris acreditava que tal posição poderia ser mantida por anos. O importante era vencer, e com certeza Michael Fuchs, com sua grandiosidade jordanesca, tinha o mesmo raciocínio. Por isso, Morris estava otimista ao fechar a porta da sala do chefe. Na verdade, achava que podia ser promovido para supervisionar toda a divisão de música internacional da companhia.

A reunião durou dois minutos. A Interscope estava gerando polêmica demais. A Time Warner queria se desfazer dela. E Morris foi demitido.

CAPÍTULO 4

O financiamento público estava acabando, a equipe do Fraunhofer viajava por toda a Europa e América para promover o padrão do mp3 em feiras da indústria. Eles tinham um estande personalizado, com folders e demonstrações da tecnologia, mas não havia muito interesse. Esforçando-se para atrair clientes em potencial, não paravam de ouvir a mesma coisa: o mp3 era "complicado demais". Enquanto isso, do outro lado da feira, o estande do mp2 tinha três vezes o tamanho do deles e estava lotado. A Philips fizera um bom trabalho, investindo dinheiro na promoção do próprio produto enquanto minava a competição.

Em testes de comparação direta de audição, o mp3 continuava superior. Mas o Fraunhofer não conseguia convencer mais ninguém a participar desses testes — o MPEG já os realizara, e todo mundo conhecia os resultados. A padronização do hardware dos computadores havia tornado os conhecimentos do integrante da equipe Harald Popp menos relevantes, levando Brandenburg a transferi-lo para o setor de vendas. Em seu discurso, Popp falava aos consumidores em potencial acerca da mitologia do "problema da complexidade" e sobre a natureza "política" da decisão do MPEG, mas suas explicações soavam como desculpas.

No fim, foram salvos por um cara chamado Steve Church.[1] Grill o conhecera em uma feira em Las Vegas no ano anterior. CEO de uma *start-up* chamada Telos Systems, Church havia sido apresentador de um programa de entrevistas no rádio e engenheiro de som e enxergava um mercado para o aperfeiçoamento da qualidade da transmissão de áudio. Assim como Brandenburg e Grill, não confiava no MPEG, pois já tinha visto comitês "imparciais" de padronização tomarem decisões parciais. Ele concordou em realizar um teste de audição independente com o mp2 e o mp3 e ficou surpreso com os resultados.

O mp3 era muito melhor! Pouco depois da demonstração, Church telefonou para a matriz em Cleveland e providenciou a repetição da experiência com uma linha telefônica digital recém-instalada. O material para a demonstração era uma codificação de Steely Dan, uma banda tão amada em Ohio quanto na Bavária. A Telos tornou-se a

primeira cliente — e por algum tempo a única — de escala empresarial do mp3. Church encomendou várias centenas de aparelhos de conversão para mp3 chamados Zephyrs, do tamanho de videocassetes, que faziam a conversão de áudio para mp3 em tempo real. Em seguida, licenciou os aparelhos para *seu* maior cliente: a Liga Nacional de Hóquei (NHL).

Enfim, aí estava um golpe de sorte. Um dos principais materiais de referência da coleção de sons exóticos de Bernhard Grill era uma gravação de um jogo de hóquei profissional da liga alemã. O som de aplausos dispersos sempre fora um desafio para o codificador, em particular quando produzido na paisagem sonora de patins arranhando o gelo e colisões brutais capazes de quebrar ossos. A amostra era um trecho pequeno de ação no gelo seguido por alguns segundos de aplausos indiferentes. Grill ouvira-a centenas de vezes, isolando os erros de codificação e trabalhando com Brandenburg em soluções para as falhas. A NHL era o cliente perfeito: o mp3 fora especialmente calibrado para os sons do hóquei.

Mas a liga impunha certos requisitos técnicos que a equipe levou meses para alcançar. Quando as unidades enfim foram entregues, no final de 1994, os jogadores de hóquei haviam entrado em greve. A temporada encurtada daquele ano só começou oficialmente em 20 de janeiro de 1995 — a data oficial do início da revolução do mp3 na América do Norte. Ninguém via o hóquei como um pioneiro da acústica digital, mas quando o primeiro disco caiu no centro da quadra naquele ano, mesmo sem saber, os fãs dos Blackhawks e dos Red Wings estavam testemunhando um marco.

Foi só depois da decisão de 1995 em Erlangen que a receita proveniente das vendas enfim começou a chegar ao Fraunhofer, bem a tempo de salvar a equipe do mp3. Os Zephyrs permitiam que as rádios economizassem milhares de dólares por hora em custos de transmissão por satélite, e foram instalados em todas as arenas profissionais de esportes no gelo da América do Norte. Os lucros da Telos quadruplicaram, e Steve Church tornou-se um grande defensor da tecnologia. Logo estaria negociando com cada grande liga esportiva norte-americana. Mas o Fraunhofer recebia apenas uma pequena fatia dos lucros. O acordo de licenciamento que haviam negociado com Church estabelecera um sistema de pagamento por unidade, e havia apenas algumas centenas de estádios para os quais podiam vender. O mp3 estava vivo, mas sua saúde não ia muito bem: se quisessem obter lucros substanciais, a tecnologia precisaria ter muito mais licenciamentos.

Para Brandenburg, isso significava buscar continuamente o consumidor doméstico. No início do mesmo ano, ele orientara Grill a programar um aplicativo para PC capaz de codificar e executar arquivos mp3. Concluído em poucos meses, Grill chamou-o de "Level 3 encoder", ou pela forma abreviada "L3Enc". O programa cabia em um único disquete de 3,5 polegadas. O L3Enc representava um novo paradigma de distribuição pelo qual os consumidores poderiam criar seus próprios arquivos mp3 para então tocá-los nos seus PCs.[2] Para o entusiasta do home audio, estava chegando a tecnologia que faltava. Lançado no fim de 1993, os novos e poderosos processadores Pentium, da Intel, foram os primeiros capazes de executar um mp3 sem travar. Além disso, os discos rígidos da nova geração eram imensos: com uma capacidade de armazenamento de quase um gigabyte, podiam guardar quase duzentas músicas. A maior limitação ainda era o processo de codificação. Devido à inclusão forçada pelo MPEG do pesado banco de filtros do Musicam, até um processador Pentium top de linha levava cerca de seis horas para ripar um álbum a partir de um CD.

Ninguém do Fraunhofer sabia exatamente o que fazer com o L3Enc. Era uma obra de software milagrosa, o ápice de uma década de pesquisa, capaz de pegar doze CDs e comprimi-los para o tamanho de um[3] sem qualquer limitação de controle de direitos digitais. Por outro lado, as limitações da velocidade de codificação tornavam-no pesado. Após discussões internas, Brandenburg tomou uma decisão executiva: para promover o padrão do mp3, o Fraunhofer simplesmente distribuiria o L3Enc de graça. Milhares de disquetes foram produzidos e distribuídos em feiras no final de 1994 e no início de 1995. Brandenburg encorajava os membros da equipe a darem os disquetes também a amigos, familiares, colegas e até concorrentes.

Enquanto isso, Popp continuou vendendo alguns aparelhos de codificação, na maioria das vezes para acadêmicos curiosos e profissionais de telecomunicação. Mas a porta estava aberta para qualquer um que quisesse entrar, e naquele verão eles conheceram outro empreendedor iniciante, um ex-técnico de cabos de fibra ótica que se tornara empresário do entretenimento chamado Ricky Adar. Como Seitzer, Adar havia tido a ideia de uma "jukebox digital".

Adar acreditava que em poucos anos todos poderiam baixar músicas diretamente pela internet e abrir mão dos CDs. O problema era que os arquivos de áudio eram pesados e teriam de passar por uma compressão considerável para que a ideia desse certo. É claro que o Fraunhofer havia passado os últimos nove anos trabalhando exatamente nesse problema. No entanto, quando Adar chegou à sede,

não estava esperando muita coisa. Em virtude da sua experiência anterior com a compressão de áudio, achava provável que o mp3 fosse uma cilada metálica e inútil.

Em vez disso, o mp3 reproduzia música de CD com uma fidelidade quase perfeita a 1/12 do tamanho original. Adar ficou impressionado. Parecia uma maravilha que ia além da compreensão técnica. Um álbum inteiro com apenas 40 megabytes! Esqueça qualquer planejamento para o futuro — seria possível implementar a jukebox digital imediatamente!

"Tem noção do que fez?", Adar perguntou a Brandenburg depois do primeiro encontro dos dois. "Você matou a indústria fonográfica!"

Brandenburg não pensava assim. Ele via o mp3 como uma nova peça natural para a indústria. Era só uma questão de fazê-los entender suas vantagens econômicas. Mas Adar sabia que não era bem assim. O principal obstáculo a sua ideia de jukebox digital era que ele não estava conseguindo as permissões necessárias. A indústria fonográfica temia que uma jukebox digital canibalizasse as vendas de músicas em formato físico, e ele havia passado os últimos dois anos ouvindo "não". Adar explicou a Brandenburg como funcionava a mente das gravadoras: as esplêndidas margens de lucro do CD, a atitude ambiciosa em relação à propriedade intelectual, a indiferença — aliás, uma ignorância deliberada — em relação à internet de modo geral e, mais especificamente, ao futuro das tecnologias de gravação. Adar passara muito tempo tentando fazer aqueles caras acreditarem em sua ideia de jukebox, e não havia chegado a lugar nenhum. A indústria fonográfica não estava interessada no streaming. Estava casada com o CD, na saúde e na doença.

O Fraunhofer já tinha sentido um pouco da resistência da indústria a mudanças. Em outubro de 1994, pouco depois de ter sido realocado para vendas, Popp conseguira uma reunião com o Bertelsmann Music Group, um dos selos musicais que integravam as Seis Grandes. Era a primeira vez que o Fraunhofer abordava diretamente a indústria fonográfica. Popp fez sua apresentação e os executivos da BMG ouviram. Em seguida, sorriram e balançaram a cabeça com educação, e lembraram-lhe que entregasse seu cartão de visita à segurança do prédio na saída.

Em alguns aspectos, Popp era uma escolha natural para cuidar das vendas. Da equipe do Fraunhofer, era sem dúvida o que mais podia ser descrito como uma companhia agradável. Ele era moreno, tinha barba e era de uma beleza incomum. Usava óculos, vestia-se impecavelmente e falava com uma voz profunda e sonora. Mas não

deixava de ser engenheiro e não tinha nenhuma predisposição natural para a arte de negociar. O que o Fraunhofer realmente precisava era de um finalizador — e foi então que, quase como se estivesse aproveitando a deixa, essa pessoa entrou em cena.

Seu nome era Henri Linde, e ele trabalhava como gerente de licenciamento para o conglomerado francês Thomson SA,[4] onde havia passado a carreira negociando. Junto com a AT&T, a Thomson atuara como patrocinadora corporativa do mp3 e, no final de 1995, a companhia havia investido mais de 1 milhão de dólares no projeto. Na verdade, os pesquisadores da Thomson haviam registrado, independentemente, patentes da tecnologia, assegurando uma boa fatia dos lucros futuros. Mas ninguém na sede da Thomson em Paris fazia a menor ideia do que se tratava aquilo em que estavam investindo. Linde foi despachado para Erlangen com a missão de escrever um relatório.

Ele encarava o mp3, segundo suas próprias palavras, "sem o fardo do conhecimento". Não sabia nada sobre engenharia, não entendia os cálculos, não construía suas próprias caixas de som. Sua única qualificação para o trabalho era o fato de falar alemão. Quando a equipe do Fraunhofer tentou explicar como a tecnologia funcionava, falando de referenciais, reservatórios de bits e bancos de filtros de quadratura polifásica, foi a vez de Linde balançar a cabeça e sorrir educadamente. No entanto, ao contrário dos executivos da BMG, ele podia ver que os engenheiros haviam realizado algo notável: tinham tornado o CD obsoleto.

Talvez a única coisa mais notável do que o feito do Fraunhofer fosse sua total incapacidade de ganhar dinheiro com aquilo. Embora Linde gostasse do grupo do Fraunhofer, parecia-lhe que eles não eram homens de negócios, mas cientistas. Não entendiam o mercado, não entendiam as vendas e, definitivamente, não sabiam como lucrar com a propriedade intelectual. Analisando anotações, Linde percebeu que até os poucos contratos de licenciamento que a equipe fechara até então teriam de ser renegociados.

Ele levou a notícia chocante para a sede da Thomson: em um item esquecido do orçamento corporativo de P&D havia seis nerds alemães sentados em uma mina de ouro. A resposta da empresa foi cética. Se o mp3 era tão incrível, como era possível ninguém usá-lo? Talvez Linde devesse tentar vender laserdiscs também. Mas Linde não desistiu, e finalmente os supervisores da empresa concordaram que, por mais improvável que fosse, caso encontrasse um cliente para o mp3, ele estava autorizado a licenciar a tecnologia. Também deixaram claro

que aquele era um trabalho paralelo que não deveria interferir na sua rotina diária.

Linde, competitivo por natureza, não acreditava na abordagem dos lucros por comitê do MPEG e pressionou a equipe do Fraunhofer a inovar. E foi o que eles fizeram. No final de 1994, Harald Popp havia encomendado a produção de um lote de chips dedicados de decodificação do mp3. Agora, combinando um dos chips com uma fonte de alimentação, um conector de fone de ouvido soldado, um cartão de memória flash primitivo e uma placa de circuito, ele encomendou a um engenheiro uma improvisação do que seria o primeiro mp3 player de bolso.[5]

O dispositivo era mais ou menos do tamanho de um tijolo e podia armazenar um minuto de música. Que minuto? Os Scorpions eram a escolha óbvia, ou talvez Suzanne Vega, mas a equipe temia que a codificação de "Wind of Change" ou "Tom's Diner" para o formato mp3 pudesse infringir os direitos autorais dos artistas. Temendo irritar uma indústria que já não gostava deles, o Fraunhofer acabou se decidindo por uma composição original de um membro da equipe, Jürgen Herre: "funky.mp3".

Outra longa discussão originou-se em torno de um segundo dilema: poderia o mp3 player de Popp constituir em si uma invenção, ou seria apenas uma implementação de uma tecnologia já patenteada? Linde pressionou a equipe a registar uma patente do dispositivo, mas o grupo do Fraunhofer decidiu que o mp3 player não passava de um dispositivo de armazenamento.

Os visitantes do estande do Fraunhofer na feira de áudio da Audio Engineering Society em Paris em fevereiro de 1995 tiveram uma visão arrebatadora do futuro da distribuição musical: o disquete com um codificador para a criação dos arquivos, o computador pessoal para tocá-los e o player de bolso para ouvi-los onde quer que estivessem. A economia proporcionada por essa tecnologia era surpreendente. O codificador era gratuito, o mercado dos PCs estava explodindo e o player de bolso podia ser produzido por qualquer empresa de eletrônicos de consumo por uma taxa mínima de licenciamento a unidade. O conjunto completo foi ajustado para algumas ondas bem calibradas de funk sintético alemão.

Mas havia pouco interesse. Sem a cooperação da indústria fonográfica, qual seria a vantagem daquilo tudo? A indústria decidira-se pelo mp2, e ponto final. Para seus concorrentes, as tentativas do Fraunhofer de forçar os entusiastas da computação pessoal a usarem uma tecnologia tão mais complexa parecia loucura. Na mesma feira

em Paris, um executivo da Philips foi direto com Grill: “Nunca haverá um player de mp3 que possa ser comercializado.”

O mp3 estava no meio de um dilema. A indústria fonográfica não licenciaria a tecnologia sem um bom número de mp3 players, e a indústria dos eletrônicos não produziria os players sem uma boa quantidade de usuários de mp3. O Fraunhofer estava começando a perceber que, embora a independência fosse divertida, não era nada rentável. Eles precisavam de financiamento corporativo. Apesar do envolvimento de Linde, a Thomson não parecia mais muito interessada no projeto e a AT&T já retirara seu patrocínio depois da decepção em Erlangen. Assim, começaram a discutir uma nova ideia: substituir o mp3 por um codificador psicoacústico de segunda geração, mais rápido, mais fácil de usar e que não utilizasse o maldito banco de filtros Musicam.

Brandenburg, a princípio, chamou-o de “NBC”: Not Backward Compatible [Sem Compatibilidade Reversa]. O nome era um recado direto para o MPEG, o sinal de que não entrariam mais em nenhum concurso de beleza. Com o tempo, contudo, essa atitude ressentida foi perdendo força, e o Fraunhofer acabou dando um nome menos belicoso ao projeto: Advanced Audio Coding (AAC, Codificação Avançada de Áudio).

Brandenburg recrutou acionistas para o projeto AAC desde o início. Tanto a Sony quanto a AT&T e a Dolby receberam participações consideráveis, ficando entendido que lutariam tanto pelo AAC quanto a Philips estava lutando pelo mp2. Com ou sem política, a próxima criação de Brandenburg seria usada. Ele pediu à equipe que suspendesse o trabalho com o mp3 e se concentrasse no AAC. Uma nova safra de estudantes de pós-graduação foi colocada a cargo do projeto, e mais uma vez contou com o apoio de James Johnston. Enquanto isso, Grill recebeu uma última tarefa relacionada ao mp3: Brandenburg pediu que ele fizesse um player de mp3 para o Windows 95.

Grill concluiu o trabalho em um mês. Batizado de WinPlay3, o player também cabia em um disquete de 3,5 polegadas. Como tendia a escrever softwares para outros engenheiros, o senso estético de Grill era fraco. O WinPlay3 era uma caixa feia, azul sobre cinza, que não podia ser personalizada nem apresentava funcionalidades como a criação de listas de reprodução ou a edição dos nomes das músicas. A interface imitava desnecessariamente a aparência de uma tela monocromática de LCD.

O toque final eram os nomes dos arquivos. A Microsoft exigia que

todos os arquivos do Windows 95 tivessem uma extensão de três letras agregada a seu nome. Isso levou a convenções estranhas, como ".jpg" — Joint Photographic Experts Group — e ".gif" — Graphics Interchange Format. Na época, Grill insistia numa renomeação. O nome "Moving Picture Experts Group, Audio Layer III" com certeza podia ser aprimorado, o que também permitiria que o Fraunhofer se distanciasse dos politicamente tendenciosos comitês de padronização. Contudo, após algumas discussões, a equipe decidiu abraçar o legado e usar a extensão ".mp3". Com o trabalho de marketing de Steve Church nos Estados Unidos, eles já tinham de certo modo começado a construir uma marca. O Fraunhofer também sabia que o Musicam estava codificando arquivos no Windows e usando a extensão ".mp2" — o que significava que o MPEG lhes dera um presente inesperado. Embora as duas tecnologias fossem grandes rivais e tivessem sido desenvolvidas em paralelo, as extensões pareciam sugerir que o mp3 era um sucessor do mp2 — equívoco que beneficiava o Fraunhofer.

Grill concluiu o programa em julho e começou a distribuí-lo em disquetes como um "crippleware". O WinPlay3 tinha capacidade de executar vinte músicas, e então, como uma mensagem de Missão Impossível, se autodestruía. Se você quisesse continuar usando-o depois disso, precisava enviar uma taxa para o Fraunhofer e esperar que respondessem com um número de série. O WinPlay3 foi introduzido em agosto, e Grill esperou que as vendas começassem a pingar.

Nada. Após discussões com Linde, Brandenburg e Grill identificaram o problema. Por que alguém compraria um player de música se não tivesse música para tocar? Antes de poderem vender um mp3 player, precisariam gerar uma boa quantidade de arquivos mp3. E, para isso, teriam que vender um bom número de codificadores. E, para *isso*, as pessoas precisavam ter um mp3 player, que ninguém compraria sem uma boa quantidade de arquivos.

Era um beco sem saída clássico, mas Brandenburg não desistiria. O que se faz com uma tecnologia que não está vendendo? Diminui-se o preço. Nas primeiras tentativas malsucedidas, Brandenburg tentara cobrar 125 dólares dos usuários pela licença para decodificação. No meio de 1995, depois de consultar Linde, o preço fora baixado para 12,50 dólares. No final de 1995, foi para 5 dólares. Mesmo com a tecnologia tendo sido descartada pelo MPEG, Brandenburg continuava trabalhando incansavelmente para colocá-la em quantas mãos pudesse.

Assistindo à luta de Brandenburg, Linde começou a rever suas

impressões iniciais. Brandenburg *não era* só um cientista. Dentro de um exterior geek, batia o coração de um empreendedor estrategista e perspicaz. Ele certamente era um vendedor terrível. Não empolgava nenhum consumidor em potencial, e sua ideia de material de marketing eficaz era um fichário cheio de dados de engenharia com espaçamento simples entre as linhas. Mas ele pensava estrategicamente, sabia delegar e tinha uma excelente compreensão de sua posição no mercado. Trabalhava sem parar e tinha instintos fantásticos para encontrar novas oportunidades.

O primeiro website do mp3 entrou no ar no final de 1995. No canto superior esquerdo, um balão vermelho gritava NEU![6] Abaixo disso, meia dúzia de links azuis de download sobre um fundo branco em hipertexto escrito à mão. Os links ofereciam versões do codificador de mp3 L3Enc para DOS, Windows e Linux. A Apple não foi incluída — Bernhard Grill achava o ambiente de programação da companhia complicado e sua interface de usuário arrogante. Com a Apple detendo uma porção tão insignificante do mercado dos computadores pessoais, ele não achava que valia a pena desperdiçar seu tempo desenvolvendo um codificador para o Macintosh.

Os links de download na página do Fraunhofer ofereciam o L3Enc para venda a um novo preço: nada. O L3Enc era um "shareware", uma demonstração de distribuição gratuita do programa que dava acesso ilimitado aos usuários. O aplicativo era acompanhado por um pequeno arquivo de texto do Fraunhofer encorajando os usuários a compartilharem o programa com outras pessoas, e, caso gostassem, que, por favor, enviassem 85 marcos alemães para o Fraunhofer IIS, em Erlangen, Alemanha, o que podia ser feito por correio ou fax.[7]

Brandenburg imaginava que isso exporia a tecnologia a um público maior e talvez rendesse algum dinheiro. Linde não se convenceu, mas estava disposto a ver no que a ideia de Brandenburg daria. Grill estava cético — quase ofendido — e achava que aquilo os reduzia à mendicância. E, pelo menos no início, seu ceticismo era justificado. O codificador shareware foi um fracasso, e pouquíssimos usuários mandaram o incentivo financeiro sugerido. Durante seu ciclo de vida, a demo do L3Enc rendeu menos de 500 dólares.

CAPÍTULO 5

Em 1996, tanto Dell Glover quanto Tony Dockery haviam conseguido emprego em tempo integral na fábrica da PolyGram. Embora ainda trabalhassem na máquina de embalagem, os dois começaram a receber treinamento para uma eventual colocação em posições que requeriam maiores habilidades. O fato de terem sido efetivados também significava um aumento de salário, alguns benefícios e, o mais importante, a possibilidade de fazerem hora extra. O salário-base agora era de 11 dólares por hora. Se você trabalhasse mais de quarenta horas por semana, ele aumentava para 16,50 dólares. Na maioria das semanas, Glover trabalhava mais de setenta, fazendo seis dias consecutivos de doze horas. No sétimo dia, ele descansava — mas só porque a regulamentação da fábrica exigia que os funcionários tirassem um dia de folga. O rendimento bruto que ele levava para casa era de mais de 1.000 dólares por semana. Era um bom dinheiro para um trabalhador sem qualificação nem ensino superior, mas não era o bastante. Afinal de contas, havia tantas coisas para comprar.

Glover tinha uma facilidade notável para fazer contabilidade de cabeça. Não fazia orçamento nem anotações, mas registrava seu fluxo de caixa em um livro contábil mental. De um lado, estavam os lucros, e retornando até seus dias de lavador de pratos ele era capaz de estimar rapidamente quanto havia ganhado em uma dada semana de um dado ano. Do outro, as despesas básicas, coisas como água, luz, telefone, compras e aluguel. Subtraindo a primeira coluna da segunda, chegava-se ao que realmente importava para Glover: o dinheiro que sobrava para compras sem restrições de artigos de luxo.

Primeiro foi a motocicleta. Só com as horas extras, Glover havia comprado uma Suzuki 750, em seguida equipou-a com aros cromados e um kit turbo de óxido nitroso no mercado paralelo. Ele havia se reunido a um grupo independente de motociclistas locais, e juntos exploravam as imensidões desertas das estradas que cercavam a cidade. Todo ano, no final de semana do Memorial Day, ele pilotava sua moto com o grupo de motociclistas até Myrtle Beach, na Carolina do Sul, para a Black Bike Week. Era um hobby empolgante — com o óxido nitroso, a motocicleta podia chegar a 320 quilômetros por hora.

Depois, a pistola. Apesar da aparente decência de cidade pequena do Sul dos Estados Unidos, Shelby era perigosa. O gabinete do xerife estava sempre ocupado com traficantes de drogas, atividades de gangues e um fluxo contínuo de conflitos domésticos violentos. Aos 15 anos, o próprio Glover levara tiros em frente à garagem dos pais durante uma briga por causa de uma garota. Os tiros não o acertaram, mas a experiência o marcou, e agora ele achava que tinha inimigos. A arma, uma pistola Heckler and Koch semiautomática calibre 45, havia custado mais de 600 dólares, além das taxas pagas pela licença para usá-la.

Então veio o quadriciclo. O veículo *off-road* de quatro rodas era um complemento perfeito para a motocicleta. Nos finais de semana, quando não estava correndo pelas ruas, ele ia para a "lama" com um grupo racialmente misto de trinta outros moradores locais. Era um grupo diferente do de motociclistas, com uma atmosfera mais leve e rural. Eles se autodenominavam de Quad Squad.

E havia ainda o carro. Precisava de um automóvel para ir ao trabalho e se recusava a transportar Dockery na garupa da moto. O Cherokee estava chegando à marca de 160 mil quilômetros, e logo precisaria ser substituído, provavelmente por algo com mais estilo. Glover havia aberto uma poupança para esse propósito. Enquanto isso, modernizou o sistema de som com um subwoofer no porta-malas.

Por fim, havia o computador. Motocicletas, armas e carros eram bens duráveis, e Glover sempre tivera uma noção de seu valor residual. Um computador usado, por outro lado, era um desperdício eletrônico. A máquina que comprara na Sears em 1989 havia se tornado obsoleta antes mesmo de ter terminado de pagar por ela e, em 1996, na tentativa de acompanhar a evolução da tecnologia, Glover já havia feito três atualizações.

A isso, ele acrescentou um periférico caro. A nova geração dos gravadores de CD foi a primeira já produzida para consumidores domésticos. O primeiro produto da Philips para esse mercado fora lançado em 1996 ao preço de varejo de 649 dólares. A mesma companhia que empregava Glover para produção em escala industrial agora lhe dava a oportunidade de produzir as próprias gravações caseiras. Porém um gravador de CD de 600 dólares não era uma compra de luxo, mas um investimento. Glover podia usar o gravador para fazer cópias das músicas que já tinha e revendê-las para os amigos. Se fosse bastante ousado, poderia usá-lo ainda para fazer cópias do material inédito que saía da fábrica.

Mas vazar CDs da fábrica era arriscado. O técnico a cuja festa

Glover comparecera em 1995 havia acabado de ser demitido depois de denúncias anônimas de outros funcionários para a gerência sobre como ele vinha obtendo seu condenado acervo musical. A segurança da fábrica não havia conseguido provar nada, mas levaram as acusações a sério e usaram os serviços de um especialista em polígrafo para conduzir um teste de detecção de mentiras. Ele não havia passado, por isso fora demitido. Glover vira outros trabalhadores perderem seus empregos, incluindo um funcionário temporário ingênuo que havia deixado um CD roubado no painel do seu carro para quem quisesse ver. A PolyGram havia prendido o funcionário e o acusado de apropriação indébita. Em várias reuniões com funcionários, a PolyGram deixava claro que os furtos prejudicavam todo mundo, em especial os funcionários. Mesmo assim, os CDs continuavam saindo. Glover não sabia ao certo como, mas sempre achava álbuns vazados semanas antes das suas datas de lançamento em mercados de pulgas realizados nos fins de semana nos estacionamentos de Shelby e das cidades vizinhas.

Havia outros problemas. Em primeiro lugar, o gravador era lento e precisava de cerca de uma hora para produzir uma cópia. Em segundo, não havia demanda. Até lançamentos muito aguardados eram vendidos por apenas cerca de 5 dólares, o que não chegava nem perto de ser o bastante para compensar o risco. Mas, se a demanda não era boa, o suprimento era pior ainda. Glover só tinha acesso ao que passava pela fábrica, e a agenda de lançamentos previstos pela PolyGram não era tão boa. O selo ocupava uma posição dominante na música adulta contemporânea, e havia assinado com Bon Jovi e Sting, mas isso não garantiria a venda de produtos nas ruas. O tipo de pessoa que comprava uma cópia pirata de um CD no porta-malas de um carro não queria uma cópia antecipada de *Ten Summoner's Tales*. Eles queriam *The Chronic*, e Glover não o tinha para copiar.

Assim, ele abandonou a ideia, usando o gravador para fazer algumas cópias de jogos de videogame e de alguns CDs aqui e ali, mas as vendas esporádicas não pagavam os custos. Como fazia com todas as coisas, ele pagou o gravador com o cartão de crédito, e à medida que as cobranças vinham começava a se arrepender do investimento.

Pelo menos os pagamentos aumentavam seu crédito. Para a comunidade, ele era um motociclista que gostava de correr riscos, e, para os comerciantes, um pirata; mas, para os serviços de informações de crédito, era um pagador modelo. Glover até conseguira convencer a mãe a ser sua fiadora na compra da motocicleta.

Loretta Glover amava muito o filho. Dell tinha duas irmãs mais

velhas, mas ele era o primogênito, e ela sabia que, apesar das aparências, era gentil, responsável e prestativo. Também via seu interesse pela tecnologia, algo que encorajava. Não obstante, às vezes ela se preocupava com seu discernimento e sua imaturidade. Aos 22 anos, Glover acabara de sair da casa dos pais — para morar em um trailer pequeno no quintal, alugado por um valor simbólico.

Meses depois, a namorada foi morar com ele. Glover também a convenceu a participar dos seus esquemas para ganhar dinheiro. Inicialmente, como o pai e o avô, nas horas vagas ele fazia consertos. Era raro encontrar alguém que soubesse mexer em peças de computador em Shelby, e Glover percebeu que podia cobrar por isso. Na metade de 1996, ele fazia entre cinco e seis serviços de reparo por semana. Seu trailer transformou-se em um repositório de consoles de videogame e computadores quebrados, e — sem dúvida para a alegria da namorada — a mesa da cozinha estava sempre cheia de ferramentas e equipamentos desmontados em várias etapas do reparo.

Além da renda modesta obtida com os consertos, ele iniciou um negócio de criação de cachorros. Filhotes de pit bull pura raça eram muito procurados em Shelby, e uma cria com pedigree podia render mais de 1.000 dólares. Glover comprou uma cadela com alta taxa de fertilidade de outro criador local e contratou um macho. Meses depois, ele tinha dúzias de filhotes à venda, mantidos em cercados ao ar livre no quintal dos pais. Glover gostava dos pit bulls. Gostava da sua musculatura, da sua atitude, ferocidade e aparência. Aliás, gostava tanto deles que, aos dezoito anos, havia tatuado o anjo da morte segurando um pit bull raivoso por uma corrente. A essa tatuagem seguira-se uma, no outro braço, de uma faixa tribal ao redor do contorno de um coração.

O quadro geral não era glamoroso. Ele trabalhava em uma fábrica e morava com a namorada em um trailer nos fundos da casa dos pais. Mantinha vinte pit bulls no jardim e nos finais de semana alternava-se correndo com a motocicleta na estrada ou com o quadriciclo na lama. Sua namorada estava infeliz, suas tatuagens eram idiotas e ele estava se endividando. Seu gênero musical favorito era o rap, seguido pelo country, e seu estilo de vida era uma combinação entre os dois.

Mas havia a internet — um portal para um mundo diferente. Ela chegou ao trailer de Glover do espaço sideral. No outono de 1996, a Hughes Network Systems[1] introduziu a primeira banda larga por satélite para consumidores domésticos, e Dell Glover se cadastrou quase no primeiro dia em que ela foi liberada. O serviço oferecia velocidades de download de até quatrocentos kilobits por segundo,

quase dez vezes a velocidade oferecida até pelo melhor modem de internet discada. Os velhos bulletin board system (BBS) estavam sendo substituídos pelo universo interconectado da World Wide Web.

Tony Dockery também adotou cedo a nova tecnologia, e juntos os dois amigos exploravam a nova fronteira digital. Mais intrépido, Dockery demonstrava certo talento para procurar o diferente e o fetichista, o incomum e o bizarro. Glover, um homem de hábitos, preferia ficar perto de casa. Na verdade, achava a internet de 1996 entediante. Ainda não existiam as redes sociais, o comércio eletrônico, os vídeos nem a Wikipédia. A página da web típica era uma coleção inacabada de links inativos com as palavras "EM CONSTRUÇÃO" piscando no topo, ladeadas por dois gifs animados de sirenes. Tudo era feio e difícil de navegar. O Yahoo!, o principal mecanismo de busca da web, não passava de um repositório de links indexados, apresentados em um esquema de cores confuso em azul e branco[2] e tão divertido quanto o formulário do imposto de renda.

Os dois logo descobriram que a verdadeira ação estava em outro lugar: nas salas de bate-papo. Especificamente, no Internet Relay Chat, uma constelação de servidores privados que anteciparam os canais mais comerciais da web em anos. Deixar a web para entrar no IRC era o mesmo que sair de um shopping center com ar-condicionado e entrar em um mercado de drogas a céu aberto. Você criava um nome de usuário e entrava em um canal indicado por um rótulo: #política, #sexo, #computadores etc. Os canais quase não eram moderados e não estavam submetidos a nenhuma autoridade centralizada, nada era considerado inapropriado.

Glover e Dockery ficaram viciados, e havia dias em que, mesmo depois de catorze horas na companhia um do outro, os dois iam para o mesmo canal depois do trabalho. A única diferença era que no IRC Dockery deixava de ser Dockery, e sim "Jah Jah", ou às vezes "StJames", e Glover era "Darkman", ou ainda, na maioria das vezes, brincando com as iniciais do seu nome, "ADEG".

A sensação de anonimato era empolgante, embora talvez ilusória. Explorando a tecnologia, Glover e Dockery logo descobriram que era possível rastrear outros usuários via ping e rastrear seu endereço de Protocolo de Internet (Internet Protocol — IP). O endereço de IP era como a velha caixa postal: embora você não conseguisse saber exatamente quem era a pessoa por trás dele, podia descobrir que provedor de internet usava e ter uma ideia da sua localização geográfica.

É claro que havia formas de mascarar o endereço de IP. Quem tinha

a habilidade técnica necessária podia até mesmo mudar sua localização, levando os outros a pensarem que estava teclando da Antártica ou da Coreia do Norte. Mas Glover e Dockery não se preocupavam com isso. Parte do atrativo do IRC era a oportunidade de interagir com estranhos do mundo inteiro. Glover não tinha passaporte e havia saído poucas vezes do Sul. Até o estado da Virgínia, 160 quilômetros ao norte, era uma fronteira distante. Mas a nova tecnologia trazia o mundo para sua cozinha, e, mantendo a promessa dos seus divulgadores incansáveis, mostrou-se uma oportunidade para forjar novas comunidades digitais de amizade e respeito, onde históricas questões culturais e geográficas de repente se tornavam obsoletas.

Além disso, era possível criar pastas para o compartilhamento de arquivos. Tanto Glover quanto Dockery haviam participado da subcultura de compartilhamento de arquivos desde a época dos BBSs e compartilhado disquetes cheios de programas crackeados pelo correio. Receber um disquete por carta — ou, mais raramente, direto das mãos de quem o compartilhava — era como uma manhã de Natal com versões gratuitas de *Duke Nukem* e *Wing Commander* debaixo da árvore. Agora, no IRC, todo dia era Natal, com um script programado chamado "bot" no papel de Papai Noel automatizado, arquivando instantaneamente sua lista de desejos de arquivos crackeados sob demanda. Com o download por satélite, era possível encher o disco rígido de um gigabyte com programas pirateados em questão de horas.

Os arquivos crackeados eram conhecidos como "warez", uma derivação irônica de "software". Warez era um termo singular; também um plural, uma subcultura e um estilo de vida. Não demorou para que Glover estivesse passando um bom tempo no canal de #warez do IRC — tempo demais, como admitiria mais tarde. Antes que se tornasse um fenômeno generalizado, Glover já estava viciado na internet. Além das motocicletas e dos pit bulls e do Quad Squad, agora havia as aventuras on-line de ADEG.

Anos mais tarde, ele não conseguiria lembrar exatamente de quando a descobrira. A internet tinha um efeito hipnótico que parecia dilatar o fluxo do tempo. É provável que tenha sido no fim de 1996, ou talvez no início de 1997, que Glover ouviu a boa notícia pela primeira vez: ele não apenas podia ter acesso à troca rápida de programas pirateados, mas também a um canal cada vez maior de troca de músicas pirateadas. Isso o deixou perplexo, pois ele sabia que um CD tinha mais de setecentos megabytes de dados. Fazendo os cálculos de cabeça, chegou à conclusão de que levaria quase uma hora

para baixar um CD, e o arquivo resultante ocuparia mais de 70% da capacidade de armazenamento do seu computador. Ele supunha que o compartilhamento de músicas pirateadas era uma possibilidade técnica, mas impraticável.

Mas Glover acabou chegando a um novo canal do IRC: #mp3. Lá, entre milhares de usuários empenhados em conversas técnicas e complexas e muitas vezes trocando insultos racistas, ele encontrou arquivos de música de CD que, de alguma maneira, haviam sido reduzidos a 1/12 do seu tamanho original. Ao que se revelou, aqueles caras dos warez não pirateavam apenas software. Músicas, jogos, revistas, imagens, pornografia, fontes — pirateavam tudo que podia ser compactado.

Eles chamavam essa subcultura de "The Warez Scene" [Cena Warez], ou, como era mais comum falar, apenas "The Scene". Os membros da Scene organizavam-se em grupos digitais de afiliados informais, que competiam entre si para serem os primeiros a disponibilizar os últimos materiais pirateados. Com frequência, esse material estava disponível no mesmo dia do lançamento oficial. Às vezes, era possível até mesmo piratear um software *antes* de ele estar nas lojas, fosse invadindo os servidores de uma companhia ou contatando funcionários e vendedores inescrupulosos. Esses vazamentos pré-lançamento eram chamados de warez "zero-day" [dia zero], e a capacidade de disponibilizá-los com regularidade rendia a honra máxima na pirataria digital: estar entre a "elite".

Agora, a Scene estava passando de softwares para músicas, e foi seu entusiasmo pela tecnologia que levou à sensação do mp3. O primeiro pirata em escala industrial de mp3 foi um membro da Scene com o pseudônimo de "NetFraCk", que, em setembro de 1996, deu uma entrevista à *Affinity*, uma newsletter underground da Scene que, como os primeiros programas crackeados, era distribuída pelo correio em um disquete de 3,5 polegadas.

> AFT: Por favor, conte-nos sobre esse novo conceito de compartilhamento. Já vimos grupos de compartilhamento de utilitários/jogos antes. Mas música de CD? Quem teve essa ideia?
>
> NFK: Eu tive a ideia de piratear música de alguma forma. Mas nunca tive um meio para fazer isso até agora. O problema no passado era o espaço do HD, a única forma de distribuir música era no formato WAV. Ele tende a ser grande. Especialmente quando se trata de música padrão. Eliminamos os limites de tamanho. Usamos um novo formato para comprimir as músicas. O formato MP3. [sic][3]

Usando o codificador L3Enc do Fraunhofer, NetFraCk havia

iniciado um novo grupo, o primeiro de pirataria de música digital do mundo: o Compress 'Da Audio, ou CDA. (O nome era um trocadilho com a extensão .cda do Windows para áudio de CD.) No dia 10 de agosto de 1996, o CDA havia liberado para o IRC o primeiro mp3 "oficialmente" pirateado: "Until It Sleeps", do novo álbum do Metallica, *Load*. Em questão de semanas, já havia inúmeros grupos rivais e milhares de músicas pirateadas.

Glover não sabia nada disso na época. Ele não sabia ao certo o que era um mp3, de onde ele vinha ou quem estava criando os arquivos. Simplesmente baixou uma cópia crackeada do player de mp3 do Fraunhofer e pediu aos bots de #mp3 que lhe fornecessem alguns dos arquivos anunciados. Minutos depois, tinha uma pequena biblioteca de músicas em seu HD.

Uma dessas músicas era "California Love", de Tupac Shakur, que havia se tornado inescapável depois da morte de Pac semanas antes. Glover adorava Tupac, e quando *All Eyez on Me* passou pela fábrica da PolyGram em um acordo único de distribuição com a Interscope, ele até embalara alguns dos CDs. Agora, no seu computador pessoal, abria o mp3 de "California Love", com a introdução de talkbox de Roger Troutman começando a tocar nas suas caixas de som baratas, seguida pelos loops de Dr. Dre remetendo ao piano de "Woman to Woman", de Joe Cocker. E então ele ouviu a voz de Tupac, comprimida e digitalizada do além-túmulo.

Glover já ouvira aquela música inúmeras vezes. Era uma de suas favoritas, e ele a ouvia com Dockery a caminho do trabalho. Glover tinha o CD e já havia até mesmo usado seu gravador doméstico para fazer uma cópia pirata. Agora, fazia uma comparação direta entre a fonte e o arquivo comprimido. Até onde podia dizer a partir das caixas de som do seu computador, a versão em mp3 soava idêntica à do CD.

No trabalho, Glover participava da fabricação de CDs para consumo em massa. Em casa, produzia-os individualmente e para isso havia gastado mais de 2 mil dólares em gravadores e outras peças de hardware. Sua subsistência dependia da demanda pelo produto. Mas, se o mp3 podia reproduzir Tupac a 1/12 do tamanho original, e se Tupac podia ser distribuído de graça pela internet, Glover era forçado a se perguntar: para que diabos servia um CD?

CAPÍTULO 6

Doug Morris conseguiu um novo emprego quase de imediato. Em julho de 1995, menos de um mês depois de ter sido demitido da Time Warner, ele foi contratado por Edgar Miles Bronfman Jr., CEO da destilaria Seagram. Junior era herdeiro da terceira geração da influente família Bronfman de Montreal, também chamados de "Rothschilds do Novo Mundo".[1] Desde que assumira os negócios da família, em 1994, Bronfman havia buscado uma reorganização,[2] tentando corajosamente transformar a Seagram de uma distribuidora de bebidas desinteressante (ainda que muito rentável) em uma empolgante (porém arriscada) potência global do entretenimento.

Como uma estratégia administrativa, isso era loucura. Os Bronfman já haviam se aventurado no mercado do entretenimento antes sem muito retorno. O pai de Junior, Edgar Senior, havia feito uma peça para a MGM Pictures antes de ser ludibriado por Kirk Kerkorian. O tio de Junior, Charles, por muitos anos fora o proprietário do time de beisebol Montreal Expos, uma experiência digna de comédia pastelão. Os irmãos Bronfman mais velhos haviam deixado o show business de forma bastante vergonhosa depois de terem aprendido difíceis lições sobre a natureza volátil e imprevisível do ramo. Mas falharam em passar essa sabedoria para Junior, que ainda queria se aventurar.

Como Morris, ele havia tentado sucesso como compositor. Não cursou faculdade, entrou logo na indústria fonográfica, trabalhando por muitos anos sob o pseudônimo "Junior Miles" na tentativa de obter resultados sem usar o nome da família. Mais tarde, com o apoio do pai, foi a vez de tentar a sorte em Hollywood com a produção de *Fronteira da violência*, um fracasso de 1982 com Jack Nicholson. Com esse currículo nada impressionante, ele retornara à empresa como executivo da Seagram, e aos 39 anos o controle do império lhe foi entregue.

O bem mais lucrativo da Seagram sem sombra de dúvida era uma participação na companhia química DuPont. Junior desfez-se dela para levantar dinheiro e comprar ações com direito a voto da Universal Pictures e da MCA Music Entertainment Group. As duas companhias estavam passando por dificuldades: a Universal se

afundou com a produção de *Waterworld — O segredo das águas*, um dos piores e mais caros filmes da história; e o catálogo da MCA era tão velho que ela ficou conhecida como "Cemitério de Músicas da América".

Junior queria que Morris administrasse uma divisão da MCA, acreditando que ele poderia reerguê-la dos mortos. Foi uma oferta que Morris avaliou com certa relutância. Ele não conhecia Junior muito bem e sabia que a indústria pendurara um alvo nas costas do jovem rico. A MCA era um ralo de dinheiro fadado ao fracasso que contava com 7% de participação no mercado e às vezes era chamada de "a sexta das Big Five [Cinco Grandes]". Morris recebera várias ofertas, e também tinha algumas ideias próprias. Ele não precisava de dinheiro. Dois dias depois de sua demissão, havia processado a Time Warner na tentativa de receber o pacote de benefícios de um acordo que valia 5 milhões de dólares. (A Time Warner respondeu com um processo contra Morris,[3] acusando-o de ter vendido CDs promocionais pré-lançamento.)

Contudo, depois de alguns encontros com Junior, Morris acabou aceitando sua oferta. Com uma vida inteira de difíceis negociações contratuais, Morris era um negociante habilidoso. O mesmo não podia ser dito de Junior. Morris manipulou-o para conseguir uma porcentagem sobre os lucros, ações da Seagram e outro pacote de benefícios para complementar o primeiro. A linha de crédito inicial oferecida por Junior para investir em artistas era de apenas 100 milhões de dólares,[4] muito menos do que tivera à sua disposição na Warner, mas Morris podia ver que, com uma torneira infindável de dinheiro proveniente de vendas de bebidas alcoólicas, havia muito mais de onde aquele viera. E o melhor de tudo é que a Seagram ficava no Canadá, onde as letras de raps populares não passavam por nenhuma controvérsia política.

Embora Jimmy Iovine e Doug Morris tivessem sofrido uma separação temporária como colegas, continuavam sendo melhores amigos e esperavam se reunir em breve. A traição de Fuchs deixara os dois furiosos, e Iovine havia reclamado tanto depois da demissão de Morris que fora proibido de entrar no prédio da Time Warner. Em circunstâncias normais, ele também teria sido demitido, mas Iovine não trabalhava diretamente para a Warner — era sócio em uma joint-venture, e a única forma de se livrar dele era vender-lhe de volta suas ações. Essa seria uma alternativa cara, visto que a Interscope havia se diversificado para além do rap, assinando com o No Doubt, o Nine Inch Nails e Marilyn Manson.

Juntos, os dois traçaram um plano. Iovine, o agitador, seria insuportável para Fuchs e lançaria álbuns radicais como *Dogg Food* e *Antichrist Superstar*, que fariam as provocações de *The Chronic* parecerem inofensivas. Morris, o sedutor, manipularia Bronfman, subindo os degraus corporativos e gradativamente abrindo a bolsa da diretoria da Seagram. Depois que os dois lados do plano tivessem sido concluídos, os dois se reuniriam ao norte da fronteira, fora do alcance dos arrogantes presidenciáveis americanos.

O plano foi executado com perfeição. Em agosto de 1995, Fuchs anunciou que a Time Warner estava se separando da Interscope. O acordo foi um primeiro alerta para a crescente fragmentação dentro da Warner. Fossem quais fossem as pressões culturais e os embates pessoais, a decisão era injustificável para os acionistas: que tipo de selo musical idiota dispensava Dr. Dre, Tupac Shakur, Snoop Dogg, Trent Reznor e Gwen Stefani, todos ao mesmo tempo?

Em novembro do mesmo ano, Bronfman promoveu Morris para administrar toda a MCA,[5] aumentando drasticamente a quantia de dinheiro que ele tinha autorização para gastar. Em fevereiro de 1996, menos de um ano depois da separação surpresa dos dois, Doug presenteou seu amigo Jimmy com um cheque assinado por Edgar Miles Bronfman Jr. no valor de 200 milhões de dólares. O cheque representava um compromisso permanente com a Interscope Records, assegurado pela plena fé e pelo crédito de um continente de beberrões.

Só um lançamento importante ficou de fora: *All Eyez on Me*, de Tupac, lançado durante o breve período no início de 1996 em que a Interscope ficou sem uma parceria corporativa. Com o sucesso da música "California Love", o álbum duplo foi a obra-prima de Tupac e logo se tornou um dos álbuns de rap mais vendidos da história. Entretanto, quando ele foi lançado, Shakur — apaixonado por armas, ator, brutamontes, saco de pancadas e condenado por abuso sexual — era alguém com quem ninguém tinha coragem de trabalhar. Fora da Time Warner e ainda aguardando a assinatura do acordo com a Seagram, Iovine distribuiu o álbum por meio de um acordo isolado com a companhia holandesa Philips, o que levou os CDs de *All Eyez on Me* a serem prensados na fábrica da PolyGram de Kings Mountain, na Carolina do Norte.

De volta ao jogo, Tupac começou a trabalhar no seu próximo álbum. Inspirado pela leitura de *O príncipe* (e talvez pela observação do trabalho de Iovine e Morris), ele adotou a personalidade de Makaveli, o gênio louco pelo poder do rap. *The Don Killuminati: The 7*

Day Theory foi gravado em alguns dias de agosto e seu lançamento foi marcado para coincidir com as festas de fim de ano. No dia 7 de setembro, Tupac viajou para Las Vegas com Suge e o resto da comitiva para assistir à luta de retorno de Mike Tyson. Depois que Tyson nocauteou o oponente no primeiro round, foi a vez de Tupac dar os próprios socos, provocando uma briga ao atacar um velho rival de Suge no saguão do MGM Grand. Ânimos acalmados, Tupac saiu acompanhado pelo cortejo no banco do carona na SUV de Suge. Às 23h15, os dois pararam no sinal no Las Vegas Boulevard, e um Cadillac branco quatro portas parou ao lado. Tiros foram disparados do Cadillac, e Tupac foi atingido quatro vezes, uma delas no peito. Suge, que estava dirigindo, foi atingido na cabeça de raspão por um estilhaço de bala. Os dois foram levados às pressas para o hospital mais próximo, onde Tupac foi colocado em coma induzido. Seis dias depois, ele foi declarado morto.

Como consequência do assassinato de Tupac, a Death Row desintegrou-se. Suge Knight voltou para a prisão depois de violar a condicional ao envolver-se na briga no MGM. Dr. Dre já havia abandonado o selo depois de um conflito com Shakur no mesmo ano. Snoop e outros membros do Dogg Pound logo também debandaram. Iovine tentou manter todos, mas só conseguiu ficar com Dre ao investir em seu novo selo, Aftermath.

A morte de Tupac sem dúvida foi uma tragédia sem sentido, mas também uma ótima estratégia para sua carreira. As vendas do seu catálogo dispararam, e quando *The 7 Day Theory* foi lançado, em novembro, o álbum foi direto para a primeira posição das paradas. Mais seis álbuns póstumos de Pac seriam lançados, vendendo mais para a Interscope em morte do que em vida. Embora na época comentaristas tenham se perguntado se a morte de Tupac poderia significar o fim do gênero gangsta rap, Morris e Iovine tinham acesso a projeções de vendas de dentro da indústria e sabiam que a diversão estava só começando.

Talvez na tentativa de exorcizar os fantasmas, Morris mudou o nome da MCA para Universal Music Group. Reanimada pelas vendas do catálogo de Tupac, a nova marca UMG conseguiu sair do porão em 1996, chegando ao quinto lugar no primeiro ano da administração de Morris. Os dois anos seguintes na Universal foram ainda melhores. Os hinos do poder feminino do No Doubt foram a trilha sonora de uma geração de jovens impressionáveis dos anos 1990; Marilyn Manson era o messias dos góticos adolescentes; e, embora os historiadores da música possam nunca perdoar a Interscope por ter assinado com o

Limp Bizkit, eles não podem ignorar que a banda vendeu quarenta milhões de discos — mais até do que o Hootie.

No fim da década de 1990, aproveitando-se do boom do CD, a indústria fonográfica passou pelos anos mais rentáveis de sua história. A economia transbordava, a demanda agregada era grande e os americanos estavam gastando mais dinheiro em álbuns do que em qualquer outro período. As margens de lucro também aumentavam, pois os ganhos em eficiência com a fabricação de CDs reduziram o custo por unidade dos produtos para menos de 1 dólar — uma economia que não era passada para o consumidor, que pagava 16,98 dólares no varejo. A consolidação na indústria do rádio também ajudava, criando um meio de ouvintes homogêneo em toda a nação, capaz de levar um álbum ao status de platina quase instantaneamente com base em um único sucesso. O controle das ondas do rádio era crítico — se o Limp Bizkit podia ganhar quarenta discos de platina, então qualquer um podia.

Enquanto isso, a polêmica em torno da Interscope começou a desaparecer. O gangsta rap havia chegado para ficar, provavelmente por décadas, e de qualquer modo Bill Bennett estava ocupado com algo chamado Project for the New American Century [Projeto para o Novo Século Americano]. Depois de ter feito tudo ao seu alcance na cruzada para evitar que as crianças americanas ouvissem a palavra com N,* dali em diante Bennett devotaria suas energias à promoção da ideia de invadir sem motivo um estado estrangeiro soberano. Justificada por mentiras absurdas, essa invasão deixaria cem mil cadáveres e um estado hobbesiano falido em um velório brutal e desnecessário. O rap estava salvo; a Consciência Moral de uma Geração seguira em frente.

Morris começou a procurar novos talentos. Por mais que adorasse Iovine, não podia depender inteiramente dele. Precisava estabelecer a presença da Universal Music também fora do selo da Interscope. Para isso, mandou funcionários do A&R em uma viagem pelo país à procura de novos artistas sem gravadora. Levando em conta a própria experiência, instruiu os caça-talentos a fazerem pesquisas cuidadosas nos mercados locais e ficarem de olho em tendências regionais. Algo interessante logo surgiu: um conglomerado de rap de Nova Orleans chamado Cash Money Records.[6] Selo independente, a Cash Money assinara com dezenas de rappers locais que em certas lojas do Sul estavam conseguindo vender mais do que os artistas mais famosos da Universal. Identificando oportunidades além das comunidades de Louisiana, a Cash Money agora buscava um acordo de prensagem com

uma gravadora maior. Numa demonstração de sua viabilidade comercial, o selo estava distribuindo uma prensagem promocional de uma música chamada “Back That Azz Up”, de um rapper obscuro chamado Juvenile.

Quando ouvia uma música pela primeira vez, Morris entrava num estado de transe de total concentração.[7] Ele parava de falar e o rosto ficava sério, os olhos semicerrados fixados no vazio a uma curta distância. O velho compositor nele despertava e seu corpo começava a se movimentar acompanhando o ritmo. Morris batia os pés, balançava os braços e sacudia a cabeça em círculos. Continuava assim, em total silêncio, até a música terminar, e então dava seu veredito.

O próprio Morris admite que tinha dificuldade para identificar quais raps seriam populares. Seu gênero musical era o rock, e ele confiava nas cabeças do selo para que lhe dissessem quais rappers tinham mais chance de conquistar o sucesso. Mas “Back That Azz Up” era diferente. Desde a primeira vez em que a ouviu, Morris teve certeza de que seria um sucesso estrondoso. Anos mais tarde, ele ainda se lembrava do gancho inconfundível da música — “You’s a fine motherfucker, won’t you back that ass up” [Você é uma bela filha da mãe, levanta esse bumbum] — e balançava a cabeça, gargalhando com prazer.

A Cash Money Records pertencia a dois irmãos, Bryan e Ronald Williams, mas conhecidos como Birdman e Slim. Veteranos da decadente Third Ward de Nova Orleans, os dois haviam acompanhado a carreira de Suge Knight de perto através da imprensa e queriam algo parecido. No início de 1998, pegaram um avião para Nova York e encontraram Morris no escritório da Universal para redigir um contrato. Birdman e Slim não estavam vendendo só Juvenile, mas um grupo de rappers: Big Tymers, Hot Boys, Mannie Fresh, B.G., Young Turk e Lil Wayne, um menino de quinze anos que foi incluído no pacote. Em troca, queriam uma participação de 80/20 nos lucros e controle total sobre as fitas máster. Mas o maior obstáculo para o acordo acabou sendo o sotaque carregado de Nova Orleans dos irmãos — na maior parte do tempo, Morris mal conseguia entender o que os dois diziam. Ainda assim, fechou o acordo, e Birdman e Slim saíram do escritório da Universal com um cheque de 3 milhões de dólares.

Era o tipo de acordo que diferenciava Morris. Não havia muitos executivos nas gravadoras interessados em gastar tanto dinheiro por uma participação minoritária nos lucros gerados por rappers inexperientes que, muitas vezes, ninguém conseguia entender e que até pouco tempo gravavam os álbuns na cozinha de Mannie Fresh.

Contudo, depois de anos perseguindo o receptor de pedidos Morris havia aprendido que sucesso regional não existia. O que existia eram apenas sucessos globais precisando de divulgação. Ele colocou o peso considerável da equipe de marketing da Universal por trás do selo, e em poucos meses "Back That Azz Up" tocava em Ibiza.

Com uma nova marca, o Universal Music Group era um sucesso. Já a Seagram estava indo por água abaixo. As vendas de bebidas haviam estagnado e o estúdio cinematográfico não ia a lugar algum. Primeiro, ele lançara *Waterworld — O segredo das águas*. Depois, *Encontro marcado*. Então, viera *O Inferno de Dante*, *Código para o inferno* e *Os Irmãos Cara de Pau 2000*, seguidos por *Marujos muito loucos*, *Flipper* e *Guerra dos Sexos*. Desde que Bronfman assumira, cada ano do Universal Studios havia sido pior do que o anterior. O pior de todos foi 1998, que teve o balanço mais negativo da memória dos maiores estúdios de Hollywood.

A proximidade com a fama pode atrapalhar o julgamento de uma pessoa — era mais divertido vender música do que lubrificantes industriais, não importava qual fosse o lucro para os acionistas. Os repórteres nunca haviam sido muito gentis com Junior, mas, com os fracassos do estúdio de cinema, começavam a sentir cheiro de sangue. Tanto Wall Street quanto a imprensa fizeram de Bronfman seu saco de pancadas.[8] Seu período como CEO coincidiu com o que foram alguns dos melhores retornos do mercado de ações da história americana, mas as ações da Seagram não acompanhavam a tendência, além disso, a participação na DuPont, que ele vendera, tinha dobrado de valor.

O sucesso do Universal Music Group era como uma nesga de luz em um cenário sombrio, e até os críticos mais duros de Bronfman eram forçados a admitir isso. Querendo capitalizar sobre as qualidades da Universal, em maio de 1998 Junior anunciou uma nova transação. A Seagram venderia a divisão Tropicana para a Pepsi a fim de levantar fundos e comprar a PolyGram Records da Philips. A empresa de suco de laranja era exatamente o que Junior detestava: um negócio tedioso, estável e altamente lucrativo. A indústria fonográfica era tudo que mais amava: empolgante, glamorosa e cheia de riscos imprevisíveis. Depois, concluído o acordo, a maior parte dos lucros da Seagram passaria a vir do entretenimento, e Morris mais uma vez seria um dos executivos musicais mais poderosos do mundo.

Com o anúncio da transação, as ações da Seagram despencaram. A PolyGram não era a gravadora do futuro. Seu carro-chefe em 1997 havia sido a boy band Hanson, impulsionada pelo sucesso de "MMMBop". A maioria dos artistas da PolyGram representava o

passado: Elton John, Bryan Adams, Bon Jovi, Boyz II Men. Entretanto, sua posição nos mercados estrangeiros era forte, o que, combinado aos direitos de distribuição do seu catálogo, aumentava seu valor.

O preço para comprar a PolyGram era de 10 bilhões de dólares e os executivos na Seagram montaram um prospecto do acordo. O documento público era obrigatório por lei e fornecia aos acionistas informações econômicas relacionadas à transação. O prospecto continha estimativas agressivas para o crescimento futuro, metas que teriam de ser atingidas para que o preço fosse aceitável. Como costumava ocorrer no mundo corporativo americano, os executivos haviam analisado as receitas dos três últimos anos e extrapolaram uma linha de tendência que se estendia infinitamente.

Conforme requerido pela lei, o prospecto também continha uma análise exaustiva dos possíveis riscos. O principal era a pirataria, que assolava a indústria fonográfica desde o início. (Na verdade, a pirataria assola as indústrias artísticas desde a invenção dos tipos móveis, e, no contexto da violação de direitos autorais, o termo "pirata" tinha mais de trezentos anos.)[9] A pirataria era algo que todo executivo da música levava muito a sério, e, em consequência da pirataria física dos CDs, a PolyGram já havia sido forçada a deixar completamente alguns mercados da Ásia e da América Latina. A pirataria nesses países era mais um produto do crime organizado do que de indivíduos, mas, com a popularização do gravador de CD doméstico, havia o risco de o problema se espalhar para a Europa e os Estados Unidos.

Algo semelhante já acontecera no início da década de 1980 com o lançamento do gravador de fita cassete para uso pessoal. Os consultores de investimentos consideravam esse um relevante estudo de caso. Eles desenterraram uma análise de dezesseis anos antes dos efeitos colaterais da sensação do gravador de fita cassete, conduzida pelo economista Alan Greenspan, que agora era presidente do Federal Reserve, Banco Central americano. Elaborado durante uma grande queda nas vendas em 1982, o artigo de Greenspan continha uma avaliação independente da indústria. Sua análise culpava a pirataria em fitas cassete pela queda dos lucros, em seguida considerando várias estratégias de precificação que a indústria poderia empregar para combater a tendência. Todavia, usando técnicas econométricas avançadas, descobriu que nem o aumento, nem a redução dos preços funcionariam. Em vez disso, Greenspan concluiu que o único modo de reverter a queda nas vendas era uma campanha agressiva para que se cumprisse a lei contra os piratas. Em outras palavras, o sucesso do

capitalismo dependia de uma intervenção vigorosa do Estado. (O próprio Greenspan só compreenderia a verdadeira importância desse resultado alguns anos depois.)

Doug Morris considerava a prisão dos piratas uma ideia maravilhosa. No entanto, aprendera uma lição completamente diferente com a era da venda de fitas cassete. Não se resolvia o problema da pirataria chamando a polícia, e sim lançando *Thriller*. Na opinião de Morris, foi o sucesso estrondoso de 1982 de Michael Jackson que resgatou a indústria da derrocada — o que faltava não era a aplicação da lei, e sim sucessos. A indústria fonográfica havia desaprendido a arte de identificar as necessidades do público, mas *Thriller* revertera a situação, desencadeando o renascimento da música pop. Morris não participou da produção do álbum, mas, como todos os executivos musicais, tinha um lugar especial de admiração para *Thriller*. O álbum foi o maior feito da produção cultural corporativa, uma obra de arte imortal que continuou sendo o álbum mais vendido da história.

Assim, quando Morris leu o prospecto do acordo e seus alertas para uma onda iminente de pirataria de CDs, não ficou muito preocupado. É claro que a indústria deveria estar atenta, mas era improvável que fosse muito prejudicada. Morris acreditava que os consumidores continuariam comprando álbuns originais contanto que ele continuasse produzindo sucessos. Além disso, depois da fusão, as margens de lucro dos álbuns para a companhia seriam maiores do que nunca. A PolyGram possuía várias unidades de fabricação de grande escala de CDs espalhadas por toda a América, inclusive a grande fábrica de Kings Mountain onde *All Eyez on Me* havia sido prensado. Depois que a rede de produção e distribuição da Universal fosse ampliada por essas fábricas, a previsão era de que os custos gerais cairiam quase 300 milhões de dólares por ano. (Como de praxe, não havia planos de transferir essa economia para o consumidor.)

O prospecto do acordo listava ainda outros riscos. Havia o de que as preferências dos consumidores mudassem — ou seja, o risco de que em algum cenário apocalíptico as pessoas parassem de comprar tantos álbuns do Hanson. Havia também o de que as ofertas da Universal pelos artistas fosse superada — risco de que, da próxima vez que surgisse um sucesso como Cash Money, ele não assinasse com eles, ou de que Bon Jovi deixasse a gravadora e assinasse com a Sony. Havia o risco de uma recessão econômica — com o qual a indústria historicamente lidara bem, mas sobre o qual não tinha nenhum controle. E, pior ainda, o risco do "homem-chave" — ou seja, de que

Doug Morris sofresse um derrame ou fosse atingido por detritos espaciais.

Mas o maior risco não foi mencionado. Quando o prospecto do acordo foi disponibilizado para o público, em novembro de 1998, o burburinho em torno da internet havia se tornado impossível de ser ignorado. Porém, de alguma forma, os executivos da Seagram não pensaram em analisar a tecnologia. O prospecto da compra da PolyGram não mencionava nem a internet nem o novo mercado de banda larga para o consumidor final. Não mencionava os computadores pessoais, os avanços mais recentes na compressão do áudio. Não mencionava a possibilidade de surgirem serviços de streaming, nem o potencial da popularização do compartilhamento de arquivos. E não mencionava o mp3.

* “Nigger”, termo pejorativo usado em referência aos afro-americanos, muito empregado na cultura do rap. (N. da T.)

CAPÍTULO 7

Em 1996, depois de ter sido uma das primeiras a adotar o mp3, a Telos Systems controlava 70% do mercado de transmissões digitais de jogos esportivos da América do Norte. Sua principal concorrente optara pela codificação em mp2, e a Telos mostrara outro caminho. Agora, havia caixas Zephyr em quase todo grande estádio norte-americano, e também em muitas estações importantes do mercado de rádio e TV. Locutores começaram a usar o Zephyr para montar estúdios de gravação domésticos, eliminando a necessidade de visitas caras a estúdios. A palavra "zephyr" havia até se tornado um verbo que significava "transmitir digitalmente". Dizia-se, por exemplo: "Você pode zephyr aquela entrevista com Pavel Bure pra mim?"

O sucesso do dispositivo no mercado reacendeu o interesse por um formato que, de outra forma, o mundo teria dado como morto. Os comitês de padronização haviam detestado o mp3, mas os clientes certamente o amavam. Esse sucesso chamou atenção, e não demorou para que o Fraunhofer fechasse outros acordos. A Macromedia licenciou o mp3 para uso com seu codec de Flash; a Microsoft licenciou o formato para uma das primeiras versões do Windows Media Player; e um novo provedor de rádio por satélite chamado WorldSpace o licenciou para transmissões para o hemisfério Sul. A receita obtida desses acordos era modesta — suficiente para justificar a continuação da existência da tecnologia, mas não para justificar os milhares de horas-homem e os milhões de dólares que o Fraunhofer investira no seu desenvolvimento.

Assim, no fim de 1996, o Fraunhofer estava se preparando para abandonar o mp3. Seu desenvolvimento havia sido concluído e ninguém mais trabalhava ativamente no formato. O plano era passar a base limitada de usuários da tecnologia para a segunda geração, representada pelo Advanced Audio Coding, que estava quase concluído. O AAC havia cumprido sua promessa. Ele era 30% mais rápido do que o mp3 e empregava uma variedade de novas técnicas que permitiam comprimir arquivos com uma transparência perceptiva perfeita em taxas até mesmo maiores do que a meta de 12:1. Depois de catorze anos, a visão de Seitzer havia se tornado realidade, e

quando o Fraunhofer submeteu a tecnologia do AAC para padronização no final de 1996, o evento marcou formalmente a obsolescência do mp3.

O que aconteceu em seguida pareceu mais um episódio de *Jornada nas estrelas*. Um misterioso caso de amnésia acometeu todos os membros da equipe. Brandenburg, Grill, Popp, Gerhäuser, Eberlein, Herre e até mesmo Seitzer foram afetados. A equipe do Fraunhofer costumava ter uma memória excelente, e eles se lembravam de eventos ocorridos mais de vinte anos antes com grande clareza e precisão. Também registravam tudo, e as histórias que contavam sobre o início do trabalho sempre podiam ser comprovadas por fotos e documentos. Mas quando o assunto era o misterioso período entre o final de 1996 e o início de 1997 todos eles tiveram um branco. Ninguém — ninguém mesmo — conseguia se lembrar da primeira vez que ouvira a palavra "pirataria".

Eles conheciam bem a internet, mas a internet que *eles* conheciam era uma ferramenta colaborativa para pesquisa e comércio, e não uma subcultura obscura formada por hackers adolescentes anônimos. Em sua ingenuidade, não haviam previsto o que estava para acontecer. Em algum lugar do submundo, o L3Enc, codificador shareware que Grill havia programado anos antes para o DOS, estava sendo usado para criar milhares e milhares de arquivos piratas. E, em algum outro lugar do submundo, a versão comercial do WinPlay3, que deveria se autodestruir depois de ter sido usada vinte vezes, havia sido crackeada, ganhando funcionalidade total. Juntos, os dois agora eram distribuídos em salas de bate-papo e sites como um pacote de serviços.[1]

E isso não era tudo — alguns grupos da Warez Scene também forneciam links diretos para o servidor FTP do Fraunhofer, além de vários números de série roubados para registrar o L3Enc e o WinPlay3.[2] Na metade de 1996, os administradores do banco de dados do Fraunhofer teriam visto um aumento significativo no fluxo de dados de programas relacionados a mp3 no servidor FTP. No fim de 1996, teria sido impossível ignorar o aumento do número de downloads do L3Enc e do WinPlay3. Após anos sendo ignorados, de repente havia um grande interesse por esses programas — porém, para a surpresa de todos, nenhum dos pesquisadores do Fraunhofer se lembrou dos detalhes dessa extraordinária reviravolta.

A narrativa oficial do Fraunhofer só foi retomada em 27 de maio de 1997, quando Brandenburg, nos Estados Unidos para uma conferência, recebeu uma cópia do *USA Today*. Escondida na página 8 da seção

“Life” do jornal, em um artigo do jornalista especializado em música Bruce Harring, estava a primeira menção ao mp3 na grande imprensa. A manchete era “Sound Advances Open Doors to Bootleggers. Albums on Web Sites Proliferate” [Avanços no som abrem as portas para a pirataria. Álbuns em websites se proliferam]. Foi incluída no artigo uma rápida entrevista com um calouro de dezoito anos da Universidade de Stanford chamado David Weekly.

> No fim de março daquele ano, Weekly colocou 110 arquivos de música — incluindo gravações do Beastie Boys, R.E.M., Cypress Hill e Natalie Merchant — no seu servidor pessoal, administrado pelo sistema da universidade. Logo depois, mais de duas mil pessoas estavam visitando o servidor por dia, o que representa mais de 80% do tráfego saído da rede de Stanford.

Brandenburg reconhecia a importância do desdobramento. Sabia que precisaria se lembrar bem daquele momento e que era necessário discuti-lo com os colegas do Fraunhofer. Assim, recortou o artigo do jornal com uma tesoura.

Brandenburg era contra a pirataria. Aliás, todos do Fraunhofer eram. Eles eram inventores que ganhavam a vida vendendo suas propriedades intelectuais e que acreditavam profundamente em todos os aspectos da lei dos direitos autorais. Não participavam da subcultura do compartilhamento de arquivos nem nunca piratearam arquivos de música. Quando Brandenburg voltou para a Alemanha, deram início a uma ação corretiva. Denunciaram alguns dos hackers mais proeminentes às autoridades e marcaram uma reunião com a Recording Industry Association of America (RIAA), que representa as gravadoras nos Estados Unidos, na sede da organização em Washington, D.C., para alertá-la sobre o que estava acontecendo.

Brandenburg chegou à reunião com a RIAA naquele verão com uma tecnologia aperfeiçoada: o mp3 com proteção contra cópia. Embora sua experiência recente tivesse mostrado como essa proteção podia ser desabilitada por pessoas com conhecimentos técnicos apurados, Brandenburg acreditava que a maioria dos usuários que faziam downloads casuais nunca conseguiria ultrapassar esse obstáculo de proteção. Na reunião, demonstrou como o arquivo era usado e, em seguida, fez um apelo para que a RIAA adotasse logo a tecnologia. Ele acreditava que a melhor forma de se livrar da pirataria do mp3 era oferecer uma substituição legítima.

Ele foi diplomaticamente informado de que a indústria fonográfica não acreditava na distribuição eletrônica de música. Para Brandenburg, aquele era um argumento absurdo. A indústria *já* estava

envolvida na distribuição eletrônica. Para os executivos da indústria fonográfica, as prateleiras de CDs nos shoppings podiam parecer inventário, mas para um engenheiro não passavam de uma série de dados armazenados de modo ineficiente. Brandenburg explicou sua posição outra vez, mas o estilo paciente e metódico da sua argumentação científica não conseguiu despertar a preocupação necessária. Assim, ele pegou um avião e foi para casa.

Por que eles não ouviram? Mais tarde, a RIAA daria diversas justificativas:[3]

A primeira foi que o argumento de Brandenburg servia aos seus próprios interesses. Para comercializar arquivos mp3 legalmente, a indústria teria que licenciá-los do Fraunhofer, o que teria custado caro. Considerando o número de arquivos pirateados hospedados on-line, a proposta de Brandenburg poderia parecer chantagem — embora com certeza essa não tenha sido a sua intenção.

A segunda explicação foi que a RIAA na verdade não estava no controle da indústria fonográfica. Pelo contrário: não passava do braço lobista que recebia ordens das Seis Grandes. Os funcionários da RIAA eram especialistas em politicagem que conversavam com legisladores sobre direitos autorais, ou investigadores particulares que trabalhavam na aplicação da lei contra os piratas, ou contadores que certificavam discos de ouro e de platina. Não eram distribuidores de capital nem tinham autoridade para fazer grandes investimentos na tecnologia de distribuição digital. Brandenburg havia marcado uma reunião com as pessoas erradas.

No entanto, se estivessem preocupados, a RIAA poderia ter pelo menos passado Brandenburg para uma gravadora importante. Mas também não fizeram isso, o que leva a uma terceira justificativa, a melhor de todas: foram seus especialistas técnicos que disseram para não seguirem por esse rumo. Os engenheiros de som detestavam o mp3. Estamos falando aqui dos caras que giravam os botões das mesas de som e mixavam os álbuns. Cabia aos engenheiros de som garantir a qualidade do som dos álbuns, e havia entre eles o consenso de que o som do mp3 era horrível.

Essa resistência quase feudal à tecnologia provou-se o maior obstáculo para a adoção do mp3. De certo modo, os engenheiros de som tinham razão. A versão crackeada do L3Enc que transitava pela internet não produzia áudio de alta qualidade, e até um ouvinte amador podia facilmente distinguir entre os primeiros arquivos pirateados e o som do CD. Mas a questão ia além disso: os engenheiros de som eram profissionais obcecados pela qualidade de áudio que

desprezavam até mesmo os mp3 de alta qualidade. Para eles, as sutilezas acústicas da música eram uma obrigação profissional que beirava a obsessão. Agora, Brandenburg estava propondo apagar para sempre 90% do trabalho de suas vidas.

O pesquisador já ouvira esse argumento. Ele retorquiu apontando para o trabalho teórico de Eberhard Zwicker, que mostrava que as informações deletadas na verdade eram inaudíveis e para os testes duplo-cegos que confirmavam empiricamente essa teoria. A transparência perceptiva sempre fora o objetivo de Brandenburg, e, em 1997, ele achou que era possível alcançá-la em 99% dos casos.[4] Os engenheiros de som, porém, não acreditavam nisso. Continuavam convencidos de que podiam identificar grandes diferenças entre o áudio do CD e o áudio do mp3 em *qualquer* nível de qualidade. Além disso, ressentiam-se por terem seu julgamento profissional questionado.

Muitos artistas importantes concordavam com essa análise. Alguns, como Neil Young, passariam anos travando uma batalha fadada ao fracasso para preservar os padrões de qualidade de áudio.[5] Entretanto, não se tratava de uma diferença de opiniões técnicas, mas um choque de culturas. Embora em tese trabalhassem na mesma área, os engenheiros de som pertenciam a uma espécie diferente daquela dos rapazes do Fraunhofer. A maioria tinha curso técnico em produção musical, não eram ph.Ds. em engenharia elétrica. Muitos eram músicos ou compositores, enquanto outros acabavam se tornando produtores musicais bem pagos. (Jimmy Iovine começara como engenheiro de som.) Em outras palavras, eram artistas que não costumavam ver o mundo em termos científicos. Para os caras do estúdio, o som era uma qualidade estética descrita em termos de "tom" e "calor". Para os pesquisadores, era uma propriedade física do universo descrita em unidades logarítmicas de deslocamento de ar. Quando um pesquisador de acústica discutia com um produtor musical, o debate não ocorria na mesma língua.

No final, nem todos os dados do mundo teriam sido capazes de provar o argumento de Brandenburg de forma conclusiva. O ouvido é um órgão anatômico tão distinto quanto a impressão digital, e cada um tem a própria realidade acústica. Embora parecesse improvável que um engenheiro de som pudesse ouvir algo que não era perceptível para centenas de profissionais treinados, não era impossível. Naquele momento, pelo menos, esse argumento bastava.

A rejeição pela RIAA não afetou muito Brandenburg. Para a indústria fonográfica, foi um erro desnecessário e devastador. Mesmo

que os caras que giram os botões estivessem certos em relação à qualidade do som, isso era irrelevante para as vendas. Não fazia muito tempo a experiência de ouvir música em casa envolvia vinis arranhados e uma vitrola barata, enquanto a experiência móvel resumia-se a um rádio AM de transistores na praia. O mp3 sem dúvida tinha um som melhor do que o de qualquer um desses arranjos. A maioria dos fãs de música não se importava com qualidade, e a obsessão pelo eterno som perfeito foi um dos primeiros indicativos de que a indústria fonográfica não entendia seus consumidores.

Outras indústrias foram mais inteligentes. Onde as grandes gravadoras viram degradação, as empresas de eletrônicos domésticos viram cifrões. Por volta da época da primeira reunião com a RIAA, a Diamond Multimedia e a Saehan International, ambas companhias coreanas, procuraram o Fraunhofer separadamente com a ideia de produzir o primeiro mp3 player portátil do mundo. (Elas não sabiam que Harald Popp havia encomendado um protótipo funcional dois anos antes.) Embora nenhuma companhia tenha apresentado um conceito de design particularmente impressionante, Henri Linde fechou os acordos com rapidez, acreditando que grandes empresas de eletrônicos domésticos japonesas, como a Sony e a Toshiba, logo os procurariam também.

Isso não aconteceu. Embora tivessem uma origem humilde, essas gigantes japonesas agora eram multinacionais bem estabelecidas que haviam perdido o interesse por riscos. E o mp3 era perigoso: a maioria dos arquivos na web era ilegal, e hospedá-los era um convite a ações judiciais. A indústria eletrônica e as grandes gravadoras sempre tiveram uma relação conturbada, e a introdução dos aparelhos de reprodução e gravação de fitas cassete em 1980 havia provocado uma chuva de processos. Agora, mais cautelosas, a Sony, a Toshiba e o resto das líderes japonesas observavam à distância enquanto o time B coreano aventurava-se nas águas infestadas por tubarões.

Mas havia uma indústria que amava a polêmica: a imprensa. Depois do artigo do *USA Today*, o departamento de relações públicas do Fraunhofer foi inundado por pedidos de entrevista, e o campus de Erlangen foi invadido por equipes de filmagem. É claro que os jornalistas queriam conhecer o responsável pela tecnologia e concentraram sua atenção em Brandenburg. Ele cuidadosamente se desviou dela. Nos anos seguintes, mesmo enquanto o mp3 era divulgado de forma ampla como a tecnologia de áudio do futuro, seu inventor mantinha um anonimato surpreendente.

Ele fez isso diminuindo a própria importância no processo. Em

todas as entrevistas que dava, Brandenburg negava que o mp3 havia tido um único inventor, ressaltando a importância do esforço colaborativo da sua equipe. (Isso costumava ser a primeira coisa que ele dizia.) Depois, começou a dar crédito a outros participantes do projeto, como a Thomson e a AT&T, e, anos mais tarde, até ao próprio MPEG. Às vezes, creditava até mesmo o Musicam, já que detinha a patente sobre o banco de filtros que o Fraunhofer continuava sendo forçado a usar. Isso significava que, quando o mp3 começou a gerar lucros, até a Philips recebeu uma pequena parcela.

O quadro apresentado por Brandenburg ao público era de um consórcio de grande escala envolvendo um emaranhado complexo de patentes e fluxo de caixa gerado por licenciamentos, um projeto com vários investidores participantes e nenhuma força propulsora individual. Mas Henri Linde sabia que não era o caso. Como gerente de licenciamento, era uma das poucas pessoas qualificadas para interpretar aquela bagunça, e percebia que Brandenburg estava apenas confundindo a opinião pública. Foi um fenômeno que ele denominou "escapar para a equipe".

Claro que era verdade que Bernhard Grill, Harald Popp e o restante dos seis integrantes originais da equipe eram indispensáveis, e que Brandenburg tivera sorte de estar em um grupo tão talentoso. Também era verdade que a Thomson havia fornecido um apoio crítico, em especial na forma do próprio Linde. Por fim, era verdade que o projeto tinha muitos investidores participantes — as vinte patentes que integravam a suíte da tecnologia do mp3 geravam lucros para mais de duas dúzias de inventores,[6] e isso depois que as instituições ligadas tiravam sua parte. Era preciso mergulhar fundo nos acordos de licenciamento para descobrir o segredo: Brandenburg ganhava uma parte muito, muito maior dos lucros obtidos com o mp3 do que qualquer outra pessoa. De todos os nomes que apareciam nas patentes, o de Brandenburg era o mais frequente, e, na primeira e mais importante, registrada em 1986, o nome de Brandenburg era o único.

Sua participação pessoal nos lucros no projeto do mp3 era imensa. Era isso que ele estava tentando esconder. Era uma pessoa modesta que não ficava à vontade sendo o centro das atenções, e talvez isso fosse motivado por certos valores culturais alemães que desencorajavam a ostentação da riqueza. Talvez ele também estivesse tentando desviar a atenção de uma ironia incrível — de que a fortuna gerada por sua propriedade intelectual devia-se principalmente à campanha de violação de direitos autorais mais disseminada da

história.

Outros começaram a perceber o potencial comercial do mp3. Como ocorrera com a Diamond e a Saehan, os primeiros inovadores eram pessoas de fora da grande indústria que não se importavam muito com o corpo estabelecido de leis de propriedade intelectual. Em abril de 1997, Justin Frankel, um calouro da Universidade de Utah, introduziu o Winamp, um player de mp3 que aplicava vários pequenos aperfeiçoamentos cosméticos ao WinPlay3, sendo um dos principais a possibilidade de edição de listas de reprodução. Frankel não se deu o trabalho de licenciar a tecnologia do Fraunhofer,[7] apesar de preservar o pecado original de design de Grill ao ter imitado uma tela monocromática de LCD. Em um ano, o Winamp havia sido baixado quinze milhões de vezes. Também por volta dessa época, várias outras companhias lançaram codificadores de mp3 oficialmente licenciados que aperfeiçoavam o L3Enc. A suíte original de software do mp3, desenvolvida por Grill, logo foi superada por concorrentes com designs melhores, e o desenvolvimento dos seus próprios programas foi encerrado.

Em setembro daquele ano, a nova classe de 1997 se matriculou, e uma geração de jovens agora tinha capacidade ilimitada de reproduzir e compartilhar arquivos de música — mas não condições de fazer isso ou disposição para pagar. (Eu estava entre eles.) Em websites e servidores clandestinos de arquivos do mundo inteiro, o número de arquivos mp3 crescia em várias ordens de magnitude. Nos dormitórios de todas as universidades, calouros esgotavam a capacidade de seus HDs com arquivos mp3. As próprias instituições eram cúmplices inconscientes, e a pirataria musical tornou-se, mais para o final dos anos 1990, o que experimentar drogas havia sido para o final dos anos 1960: o desprezo de uma geração inteira tanto pelas normas sociais quanto pelas leis vigentes, quase sem nenhuma consideração das consequências.

Por seis anos, o mp3 fora a principal tecnologia desse tipo no mundo. Durante aquele período, o formato conseguira capturar uma fração ínfima do mercado. Agora, com a introdução do AAC, estava oficialmente obsoleto, aposentado por seu próprio inventor. E foi então que, de repente, tornou-se o formato do futuro. Brandenburg se beneficiou com isso, assim como Grill, Popp e o resto da equipe. O mesmo pode ser dito de todos os outros pesquisadores do Fraunhofer que se juntaram a eles ao longo dos anos, já que a lei alemã assegurava certa porcentagem dos direitos autorais a inventores, um direito inalienável e intransmissível. Outros não tiveram tanta sorte. A

lei americana também garantia a proteção de patentes e direitos autorais — fazia isso na própria Constituição[8] —, mas, como tudo nos Estados Unidos, os direitos a futuros lucros podiam ser comprados e vendidos. A contraparte americana de Brandenburg, James Johnston, havia vendido seus direitos à AT&T quando passara a trabalhar para o Bell Labs, o que significava que, mesmo quando o mp3 alcançou um sucesso maior do que as melhores expectativas, ele não lucrou nada.

Mais ou menos na mesma época, Linde começou a observar mudanças sutis em Brandenburg. Seu guarda-roupa passou de suéteres para paletós esportivos e gravatas. Ele começou a falar menos de assuntos como transformadas discretas de cosseno modificadas, e mais sobre coisas como posição de mercado e barreiras de entrada de longo prazo. Estava começando a entender o poder dos mercados abertos e competitivos e, como todos os bons capitalistas, fez o melhor que pôde para evitar participar deles. Linde também percebeu que, embora Brandenburg pudesse ser excêntrico, não tinha qualquer transtorno de personalidade. Pelo contrário, nos últimos anos parecia ter desenvolvido um ótimo entendimento das tendências e motivações das pessoas. Havia mostrado que era um estudioso meticuloso da natureza humana, e sua esquisitice funcionava quase como um disfarce.

Nos meses e anos seguintes, Linde viu Brandenburg usar sua expertise crescente tanto nas estratégias comerciais quanto nas relações humanas a fim de direcionar o mercado da música global para o máximo benefício econômico da equipe do Fraunhofer. Começou com o AAC. Não havia dúvida de que o novo padrão era muito melhor do que o mp3. Assim, em um mundo perfeito, um mundo projetado por um engenheiro para beneficiar o usuário final, o formato mp3 teria sido tirado de circulação em 1996 e substituído pelo AAC. Mas Brandenburg tomou o cuidado necessário para que isso não acontecesse. Ele dividiu o mercado, orientando o AAC para aplicativos industriais como celulares e aparelhos de TV, enquanto promovia o mp3 para usuários domésticos e suas músicas.

Por que ele fez isso? Bem, embora ganhasse dinheiro com os dois padrões, sua participação nos lucros gerados pelo mp3 era maior. Além disso, deixava os colegas felizes, recompensando-os por décadas de trabalho, e os consumidores também não reclamavam. Para eles, o mp3 era uma caixa preta que cuspia música de graça, e a menção do AAC só serviria para deixá-los confusos. Ainda assim, de uma perspectiva da engenharia, só havia uma palavra para esse tipo de manobra: política.

Em 1998, a passagem de Brandenburg para o lado negro estava

completa. Seu sucesso com os dois formatos era o assunto mais falado no mundo da engenharia de som, e, cada vez mais, ele era considerado um visionário. Naquele ano, recebeu uma medalha por realização técnica da Audio Engineering Society, o primeiro de muitos prêmios que ganharia. A balança política dentro do MPEG estava mudando, com a Philips e o Musicam perdendo peso para o Fraunhofer e Brandenburg. Os mesmos engenheiros que antes ignoravam seus pedidos agora consideravam sua autoridade a palavra final.

O MPEG o desprezara muitas vezes. Em 1990, havia inserido um tumor canceroso na sua tecnologia. Em 1995, havia traído Brandenburg, tirado suas entranhas e o abandonado na sarjeta. Agora, em 1998, podia-se dizer que era ele quem mandava. Em uma reunião do MPEG naquele ano, quando indagados a respeito da possibilidade de sucesso de certa proposta, um dos representantes japoneses havia apontado para Brandenburg e dito: “Perguntem a ele.”

Em maio de 1998, o MPMan, da Saehan, entrou em cena. O primeiro mp3 player para o consumidor era uma caixa com uma tela monocromática minúscula que custava 600 dólares e comportava até cinco músicas. Ele recebeu duras críticas de especialistas, e as vendas ficaram limitadas a entusiastas. Brandenburg achou-o *wunderbar* [maravilhoso] e comprou três. O Fraunhofer passou a ser procurado por várias outras companhias. Popp e Grill trocaram de papéis do desenvolvimento de tecnologia para a gestão de pessoas e o fluxo de caixa.

No fim de 1998, Bernhard Grill viajou para Los Angeles a fim de trabalhar nos detalhes de um acordo de licenciamento e depois foi fazer compras em um shopping da área residencial onde se encontrava. De pé na escada rolante atrás de dois adolescentes, ouviu uma discussão sobre a tecnologia que ajudara a inventar. Chama-se mp3, disse um adolescente ao outro. Você pode usá-lo para colocar músicas no seu computador. Depois, pode compartilhá-las na internet. Você ainda não ouviu falar? É assim que consigo todas as minhas músicas agora.

O ouvido treinado por conta do Fraunhofer ouviu a conversa, mas ele não falou nada. Algo extraordinário estava acontecendo, algo que Grill estava percebendo pela primeira vez. A guerra dos formatos havia acabado. E ele tinha vencido.

CAPÍTULO 8

Em 1998, Glover construiu uma torre. Isto é, sete gravadores de CD empilhados que faziam cópias perfeitas do original. Os gravadores tinham uma velocidade de quatro vezes. Assim, em uma hora, Glover podia produzir cerca de trinta clones. Glover vasculhava o #warez e outras redes do submundo da internet em busca de material para vender. Jogos de PlayStation, programas para computador, arquivos mp3... qualquer coisa que pudesse ser gravada em um CD e vendida em uma transação pessoal por alguns dólares em dinheiro trocado.

Ele se concentrou principalmente nos filmes. A compressão de vídeo estava apenas começando a chegar às redes piratas, o que levou a uma profusão de ripagens de baixa qualidade. Os gravadores domésticos de DVD ainda não haviam sido lançados, e os grupos de compartilhamento usavam uma tecnologia inferior chamada "Video Compact Disc". Glover baixava esse material, fazia cópias com a torre e depois vendia as mídias piratas por um valor de 5 a 10 dólares cada. A qualidade dos vídeos era baixa, mas o negócio era promissor.

Logo, Glover estava comprando CDs virgens em grandes quantidades — torres de cem CDs que acabavam rapidamente. Comprou uma impressora de etiquetas para catalogar os produtos e outra colorida para imprimir miniaturas dos cartazes dos filmes. Comprou também um porta-CDs de náilon preto, encheu-o com miniaturas dos cartazes e passou a usá-lo como um catálogo de vendas. Guardava o estoque no porta-malas do Jeep e vendia os filmes no acostamento da estrada.

A única coisa que ele não vendia eram os CDs vazados da fábrica. Embora fossem vendidos no mercado negro, Glover não chegava nem perto deles — pois os considerava um negócio muito arriscado. Fora necessário fazer muitas horas extras para conseguir se tornar um funcionário efetivo, e ele não queria perder o emprego. Além disso, precisava do plano de saúde. Seu filho, Markyce, havia nascido no ano anterior, e seu livro-razão mental agora continha registros com quantias aterrorizantes para itens como fraldas e creche. Sua própria criação incutira nele a importância da família, e Glover estava preparado para a paternidade, ainda que não muito para o casamento.

Havia amadurecido um pouco. Durante algum tempo, tentara passar mais tempo em casa. Fez outra tatuagem no bíceps: uma enorme cruz cristã. De manhã, antes de ir para o trabalho, levantava do sono agitado e escovava os dentes com o pequeno Markyce. À noite, colocava o menino sentado no colo para brincar com ele no meio da bagunça dos CDs para gravação.

Assim que economizou dinheiro o bastante, Glover deixou o trailer e se mudou com a namorada para um apartamento modesto. A mudança marcou o fim da experiência com a criação de cachorros. Não havia sido um negócio lucrativo. Filhotes de pit bull eram mercadorias puras, um mercado sem barreiras de entrada, e os lucros provenientes dos cercados com pedigree haviam diminuído com o aumento da concorrência. A experiência foi uma lição para Glover, que começou a ver que o sucesso em uma economia capitalista requeria uma vantagem competitiva durável. Desse modo, começou a fazer o papel de intermediário entre as ruas e a Scene. Mas, mesmo assim, era uma batalha, e Glover foi superado pelo principal concorrente: Tony Dockery.

Dockery também havia construído uma torre e vendia para muitos clientes em comum. No entanto, o acervo de Dockery era melhor do que o de Glover — aliás, melhor do que o de qualquer outra pessoa de todo o estado. Dockery de algum modo conseguia encontrar coisas na internet que Glover não achava: filmes que ainda estavam no cinema, aplicativos em versão beta, jogos de PlayStation que só seriam lançados dali a meses. Quando Glover perguntou a Dockery de onde estava tirando todo aquele material, as respostas que recebeu foram evasivas.

A competição era uma droga. A recusa de Dockery de compartilhar suas fontes afetou a amizade dos dois. Já não iam juntos para o trabalho e passaram a trabalhar em turnos diferentes na fábrica. Portanto, Glover estava sozinho quando, em 1999, foi parado em uma blitz de rotina enquanto dirigia na cidade de Kings Mountain. Ele não havia violado nenhuma lei de trânsito e suspeitava que era culpado apenas por “dirigir sendo negro”. Isso acontecia com frequência, e Glover tinha os passos ensaiados. Quando o policial se aproximou do veículo, conforme exigido pela lei, Glover informou-lhe que tinha uma arma entre os bancos do carro.

O policial disse a Glover que ele havia acabado de cometer um crime, explicando que a lei estadual da Carolina do Norte exigia que, durante uma fiscalização de trânsito, as armas presentes no carro fossem colocadas no painel para ficar à vista do policial. Apesar de

Glover ter licença para a arma, a blitz lhe rendeu uma acusação por porte ilegal. Antes da data marcada para a audiência, o procurador ofereceu um acordo: entregar a arma aos policiais, e então a acusação seria retirada. Glover concordou, e sua ficha continuou limpa, mas ele se sentiu extorquido.

Seguiu-se um período sombrio. Sua apneia durante o sono piorou. Dois de seus amigos morreram em corridas de rua, e, confrontado pela própria mortalidade, ele vendeu a Suzuki. Glover começou a trabalhar duro outra vez — horas extras, turnos noturnos e às vezes passando a noite na fábrica. Seu relacionamento se deteriorou. Ele passava tempo demais na internet, e sua namorada o deixou e levou o filho deles.

Foi então que veio o anúncio. A Philips estava vendendo a PolyGram ao Universal Music Group. A venda incluía os selos musicais, os estúdios, as propriedades intelectuais, os contratos com artistas e toda a rede de prensagem e distribuição, incluindo a fábrica de Kings Mountain. Os funcionários ficaram nervosos, o que era compreensível, mas a administração os tranquilizou. A fábrica não fecharia — ela se expandiria.

As linhas de produção foram ampliadas, passando a produzir meio milhão de CDs por dia. Um galpão adicional foi construído para armazenar o produto final. A mão de obra dobrou e, na correria para novas contratações, as posições desocupadas foram passadas para agências de trabalhadores temporários. O estacionamento ficou cheio de carros, e a lanchonete mal conseguia alimentar a força de trabalho.

Uma das novas contratações foi uma moradora de Shelby chamada Karen Barrett. A fábrica não costumava ser um desfile de beleza, mas Barrett era uma beldade. Ela era magra, com maçãs do rosto pronunciadas, pele clara e cabelos loiros naturais e compridos. O queixo quadrado e o nariz levemente empinado lhe davam uma aparência vivaz e insolente, e, embora a princípio fosse tímida, logo revelava sua verdadeira personalidade por meio de conversas ácidas e de opiniões surpreendentemente firmes com os colegas. Ela foi admitida no final de 1999, e a colocaram na linha de embalagem.

Dockery tentou primeiro. Suas várias investidas foram frustradas. Entretanto, conseguiu convencê-la a juntar-se a ele, Glover e um grupo de outros funcionários em idas regulares ao boliche. Entre as pistas e uma cerveja e outra, enquanto Dockery dava continuidade às investidas, Glover percebeu que era para ele que Karen olhava.

Nas semanas seguintes, os dois descobriram que tinham muito em comum. Como Glover, Barrett vinha de uma cidade pequena sulista. Seu sotaque era tão carregado quanto o de Glover, e ela usava muitos

dos mesmos coloquialismos regionais. Tinha a mesma formação e as mesmas perspectivas financeiras. Compartilhava seu gosto musical, ouvindo uma grande variedade de country, rock e rap. E adorava a cultura automobilística — grandes sistemas de som, passeios de carro e calotas.

Como Glover, Barrett tinha um filho de um relacionamento anterior, e os dois conversavam sobre as dificuldades de ser pais solteiros. Em alguns meses, já haviam começado a discutir a possibilidade de morarem juntos e logo passaram a viver na mesma casa, em um arranjo familiar complexo. Glover adotou o filho de Barrett informalmente e começou a criá-lo como se fosse seu. Quando a visitação permitia, Markyce também passava a noite com eles. Barrett e Glover se organizaram para fazer turnos alternados no trabalho, garantindo que um dos dois sempre estivesse em casa com as crianças.

Karen não era o único rosto novo na fábrica. Também trouxeram um novo gerente da Dinamarca, um especialista em eficiência de produção bastante rígido.[1] Outras instalações locais foram fechadas, e Kings Mountain tornou-se o centro regional de comando. (Subindo a cadeia de comando ao longo de vários níveis de hierarquia, acabaríamos chegando a Doug Morris, que ficava abaixo apenas do próprio Junior.) A fusão foi caótica, mas implicou mais turnos, mais horas extras e, o melhor de tudo, mais música. Parecia que a Universal dominava o mercado de rap. Jay-Z, Eminem, Dr. Dre, Cash Money — e era Glover que embalava os CDs.

A companhia entendia como esse produto estava se tornando desejável. Antes, o vazamento de CDs da fábrica era como uma travessura que causava pequenos danos locais à empresa-mãe. Na era da internet, por outro lado, um álbum vazado era uma catástrofe. Era preciso apenas um CD nas mãos da pessoa errada para estragar todo o processo de lançamento. A Universal lançava seus álbuns com campanhas maciças de propaganda e um marketing intenso que incluíam vídeos, anúncios nas rádios, na televisão e o circuito noturno. O acesso aos álbuns antes do lançamento interferia no planejamento, anulando meses de trabalho das equipes de publicidade e fazendo os artistas se sentirem traídos.

A fábrica implementou um novo regime de medidas severas antirroubo. Quem liderou a implantação dessas mudanças foi Steve Van Buren, o diretor de segurança. Van Buren trabalhava na fábrica desde 1996 e já apontava a necessidade de melhorias na segurança desde antes da fusão com a Universal. Estava ciente da reputação da

fábrica por vazamentos e determinado a dar um jeito nisso. Sua reputação profissional estava em jogo, e agora havia muito mais em risco do que antes.

Van Buren começou a convocar reuniões regulares com os funcionários. Nessas reuniões, falava sobre uma coisa chamada "triângulo do crime".[2] De acordo com essa teoria do comportamento, a atividade criminal era o resultado da combinação de três fatores: desejo, tempo e oportunidade. Os três fatores eram necessários para que um crime ocorresse. Van Buren não podia moldar os desejos das pessoas nem controlar o tempo. Assim, conforme explicou, a melhor forma de reduzir a incidência do crime era limitar a oportunidade.

Isso era difícil de fazer. Os CDs eram pequenos e podiam facilmente ser escondidos na roupa. Seus finos núcleos de alumínio não continham metal o bastante para disparar o detector da saída, e Van Buren não queria humilhar os funcionários com revistas invasivas. Depois de contatar vários fabricantes de detectores de metal, ele encontrou uma solução: um detector portátil especializado que podia detectar as menores concentrações de alumínio. Mas passar o bastão em todos os funcionários era um processo muito demorado, então Van Buren introduziu um sistema aleatório. Inspirado pelo procedimento adotado pela alfândega, todo funcionário tinha que passar um cartão magnético de identificação ao deixar a fábrica. Quatro a cada cinco vezes o cartão produzia uma luz verde, e o funcionário podia sair. Uma a cada cinco, o cartão produzia uma luz vermelha, então o funcionário era levado a um canto, onde um segurança revistava seu tronco e membros.

Van Buren adotou outros procedimentos para cortar o vértice do triângulo. Ele acreditava na importância do que chamava de uma "cerca limpa" e ordenou que os arbustos fossem removidos da cerca de alambrado ao redor da fábrica. Providenciou também a instalação de um circuito fechado de câmeras de TV nas paredes externas do prédio. Requisitou a instalação de uma segunda cerca de alambrado em torno dos estacionamentos e criou uma lista de veículos permitidos. Cada carro aprovado precisava ter um código de barras afixado ao painel, que era lido pela segurança na entrada. Sua dedicação ao trabalho ultrapassou o perímetro da fábrica. A partir da denúncia de funcionários sobre a venda de material inédito da fábrica, Van Buren começou a frequentar os mercados de pulgas locais à procura de contrabando. Encontrou o que procurava em um mercado de pulgas montado na Rota 321, a poucos quilômetros da fábrica. Trabalhando disfarçado, Van Buren agora comprava dos mesmos homens que

vendiam CDs vazados para Glover, e não tardou para que isso levasse a várias prisões.

No entanto, de algum modo, um comércio discreto de CDs roubados continuava acontecendo. Glover não conhecia os métodos exatos, mas certos trabalhadores temporários ainda conseguiam passar pelas medidas de segurança de Van Buren. Um conseguira até mesmo roubar uma torre inteira de trezentos CDs e estava vendendo aos poucos cada unidade por 5 dólares. O comércio era fechado, e só funcionários selecionados eram admitidos na quadrilha. A maioria era de trabalhadores temporários com quase nada a perder, e alguns tinham ficha na polícia. Nenhum era familiarizado com computadores. Glover era diferente deles — um funcionário permanente, com a ficha limpa, apaixonado por tecnologia. Mas também tinha a reputação de andar de motocicleta em alta velocidade e conhecia o código das ruas. Glover sabia ficar de boca fechada e era bem-vindo como consumidor.

O mesmo não pode ser dito de Dockery. Talvez ele falasse demais ou então simplesmente fosse careta demais. O que quer que fosse, ele agora precisava recorrer a Glover para ter acesso a esse comércio. Em troca, dividia o material inédito que conseguia na internet. Mas os termos da amizade eram desiguais, e à medida que Dockery insistia, Glover foi ficando irritado. Enfim, certo dia, no fim de 1999, ele confrontou o amigo.

— Olha aqui, estou cansado de arriscar meu pescoço por você — disse Glover. — Qual é a sua? Por que quer tanto essas coisas? E de onde está tirando todos esses filmes?

— Venha à minha casa hoje — respondeu Dockery. — Vou explicar.

Naquela noite, na frente do computador, Dockery explicou o básico do submundo #warez. Fazia mais ou menos um ano que ele vinha fazendo upload de material inédito vazado da fábrica para uma rede obscura de entusiastas da internet. Embora canais de bate-papo como #mp3 e #warez parecessem caóticos, na verdade baseavam-se em uma estrutura de alto nível à qual o público não tinha acesso. Era a Scene, e através do IRC Dockery entrara em um dos seus grupos de elite: Rabid Neurosis.

Eles o chamavam de RNS para abreviar. O grupo havia sido formado poucas semanas depois do Compress 'Da Audio, o grupo pioneiro de compartilhamento de mp3. Em questão de meses, haviam ultrapassado o grupo original, e não demorou muito para o tirarem de cena. Em vez de piratear músicas individuais, o RNS pirateava álbuns completos e introduzia a mesma mentalidade do "dia zero" do software no mundo do compartilhamento de música. O objetivo era

antecipar a data oficial de lançamento sempre que possível, o que significava uma campanha de infiltração nas maiores corporações da indústria fonográfica.

Os fundadores do RNS haviam se subdividido entre os "NOFX" e os "Bonethug", mas Dockery não interagia com nenhum dos dois grupos. Eles remontavam à época de 1996, o que se supõe pelos artistas musicais aos quais se referiam seus apelidos. Quando Dockery entrara, em 1998, sob o apelido "StJames", a liderança passara para um indivíduo sob o pseudônimo "Havoc".

Havoc era uma lenda nos círculos da Scene. Ele trabalhava em uma estação de rádio comercial em algum lugar do Canadá. Ele tinha *acesso*. Embora nunca tenha revelado sua verdadeira identidade, às vezes compartilhava algumas fotos nos bastidores de shows, com os braços em torno dos ombros de músicos famosos. Durante algum tempo, Havoc fora a melhor fonte do grupo, disponibilizando dúzias de vazamentos, muitas vezes diretamente das mãos dos próprios artistas ingênuos. Contudo, no início de 1999, Havoc desapareceu de repente sem dar nenhuma explicação.

Após alguma discussão, a liderança foi passada para outro membro, um integrante que usava o pseudônimo "Al_Capone". Capone descobriu a Scene aos treze anos, após ser banido da AOL por trolagem. Estabeleceu-se no RNS fazendo amigos na Europa e se aproveitando das datas de lançamento transatlânticas para alimentar o grupo com álbuns ainda não lançados nos Estados Unidos. No entanto, seu reinado foi breve. Capone não tinha disciplina e, sob seu comando, o grupo inflou para mais de cem membros, violando os princípios básicos de segurança da Scene. Após alguns meses conturbados, Capone deixou o grupo, afirmando estar "ocupado demais" para liderá-lo. (Na verdade, ele tinha acabado de fazer dezessete anos e estava deixando a casa dos pais).

O cetro finalmente foi passado para uma presença permanente. Seu nome era "Kali", e ele foi selecionado pelo que podia ser chamado de comitê executivo de busca. Kali nunca fora um membro muito visível. Ao contrário de Havoc, não tinha nenhum tipo de acesso especial. Mas tampouco afirmara ter, como fizera Capone. O que ele tinha era credibilidade. Kali fora membro de outro grupo da Scene, um grupo de crackers de jogos chamado Fairlight, no qual suas façanhas eram muito elogiadas. Além disso, Kali tinha idade suficiente para votar.

Sua liderança significou a introdução de um tipo de disciplina militar no grupo. Ele era um mestre da espionagem nato, um gênio da investigação e da infiltração, o Karla, personagem de John le Carré, da

pirataria musical. Ele devorava a *Billboard*, usando-a para desvendar a confusa rede de aquisições corporativas e acordos de prensagem que determinavam quais CDs seriam produzidos, onde e quando. Depois de traçar um mapa dos canais de distribuição, começava uma campanha agressiva de recrutamento, construindo pacientemente uma rede de duplos espiões que em oito anos se infiltraria nas cadeias de abastecimento de todas as grandes gravadoras.

Dockery — que ele conhecia só como StJames — foi seu primeiro grande achado. Eles conversavam em um canal de bate-papo quando Dockery começou a se gabar de um CD inédito. Desconfiado, Kali pediu uma prova, então Dockery lhe mandou uma faixa do CD. Reconhecendo a importância do que havia encontrado, Kali imediatamente o colocou no grupo. A princípio um membro sem importância, Dockery havia se tornado a melhor fonte do RNS. Mas o novo regime de segurança havia dificultado seu acesso, e ele propôs passar a responsabilidade para Glover.

Dell se viu em uma posição incomum. Com sua experiência nas ruas e seus conhecimentos técnicos, era uma das poucas pessoas do mundo capazes de conseguir a confiança tanto de ladrõezinhos ordinários de CDs físicos quanto de piratas de alto nível da internet. O RNS raramente concedia convites, e o novo membro passava por um período probatório, mas, se Glover quisesse, Dockery poderia convencer Kali a colocá-lo no grupo naquele mesmo dia.

Glover hesitou: o que eu ganharia com isso?

Dockery explicou: Glover precisava de Kali tanto quanto Kali precisava de Glover. Como líder do RNS, Kali era o guardião dos portões dos arquivos distribuídos em servidores secretos “topsite”, que eram a espinha dorsal da Scene. Esses servidores ultrarrápidos continham terabytes de todas as formas de mídias pirateadas. Filmes, jogos, programas de televisão, livros, pornografia, software, fontes — quase tudo protegido por direitos autorais estava lá para ser baixado. Os servidores criptografados da Scene ficavam muito bem escondidos, com acesso protegido por senha, e só era possível se logar de endereços da internet pré-aprovados. Todos os sistemas de registro de atividades eram desabilitados para que nenhum rastro fosse deixado. A Scene controlava o próprio acervo tão bem quanto a Universal — talvez até melhor.

O acesso a essa “darknet” topsite era concedido exclusivamente por um sistema de recompensa. Para entrar, era necessário contribuir com seu próprio material pirateado. E não com um CD qualquer velho de Shania Twain encontrado na sua gaveta de meias, mas com algo novo,

algo com alta demanda. A atratividade da darknet — a promessa da biblioteca digital — era o bastante para corromper qualquer um. Em algum lugar ali se encontravam equivalentes de Glover: pessoas envolvidas na indústria fonográfica, que trabalhavam para companhias de jogos de computador, que trabalhavam no desenvolvimento de software. (Quase todos eram homens.)[3] Em algum lugar ali se encontravam testadores de software, profissionais da indústria cinematográfica que recebiam cópias avançadas de DVDs e funcionários de armazéns. Em algum lugar em toda rede de fornecimento também havia alguém como Glover para possibilitar os vazamentos. As mídias estavam disponíveis nos servidores topsite semanas antes de poderem ser encontradas nas lojas, ou até em outros lugares na internet. A disseminação desses arquivos a partir dos servidores era cuidadosamente monitorada e controlada; vazar *para* a Scene rendia uma compensação, mas vazar *da* Scene era tabu. Os arquivos levavam um bom tempo para chegar aos canais de bate-papo e à web. Às vezes, nunca deixavam o círculo fechado da Scene.

Se Glover estivesse disposto a fazer upload de CDs da fábrica para Kali, nunca mais teria que pagar por mídia alguma. Poderia conseguir cópias gratuitas do AutoCAD, vendido por milhares de dólares. Poderia ouvir novos álbuns do Outkast semanas antes de qualquer outra pessoa. Poderia jogar *Madden Football* no PlayStation semanas antes de estar disponível nas lojas. E teria o mesmo acesso aos filmes inéditos que permitira a Dockery superá-lo como vendedor de material pirata. O que ele achava?

Glover concluiu que era uma ótima proposta. Assim, Dockery providenciou uma sessão de bate-papo entre Glover e Kali, e os dois trocaram telefones.

O primeiro telefonema foi um pouco constrangedor. Glover, que nunca fora de falar muito, passou a maior parte do tempo ouvindo. Kali falava rápido e com animação numa estranha linguagem geek com o ritmo suave da Califórnia e gírias emprestadas do rap da Costa Oeste: “Você poderia, tipo, FXP o arquivo pra mim, cara?”[4] Kali amava computadores, mas também hip-hop. Conhecia sua história e sua cultura e conseguia rimar acompanhando seus rappers favoritos. Ele conhecia todos os “beefs” (conflitos entre rappers) e “disses” (músicas com propósito de atacar outro rapper em um “beef”) e todos os detalhes dos destrutivos conflitos entre selos. E também sabia que, depois dos assassinatos de Biggie e Tupac, esses conflitos estavam arrefecendo e os selos se consolidando. Death Row, Bad Boy, Cash Money e Aftermath estavam se tornando verdadeiras corporações.

Nessa busca incansável por vazamentos pré-lançamento, Kali acompanhava os acordos de prensagem e distribuição com muito cuidado e, em suas pesquisas, sempre acabava voltando à Universal. Todavia, sem um acesso consistente dentro da companhia, grupos rivais de compartilhamento estavam levando a melhor. Glover era seu bilhete de entrada.

Os dois firmaram os detalhes da parceria. Kali acompanharia as datas de lançamento dos álbuns on-line e alertaria Glover sobre o material em que estivesse interessado. Por meio de um grupo de aliados, Glover providenciaria o vazamento dos CDs da fábrica, para então ripá-los em mp3 em seu computador pessoal e transmiti-los via canais criptografados para o servidor pessoal de Kali. Este receberia os arquivos mp3, em seguida disponibilizando-os de acordo com os padrões técnicos da Scene. Em troca, Kali mandaria convites para topsites secretos para Glover.

Glover havia tentado ser um cidadão de bem. Abrira mão das pistolas, das motocicletas e dos cães ferozes. Trabalhou duro em vários empregos e até tentou se tornar um homem de família. Porém acabou se tornando membro da Scene, trocando uma subcultura criminosa por outra.

CAPÍTULO 9

Depois que a Universal comprou a PolyGram, a nova entidade combinada dominou o mercado musical, superando a Warner. Nos doze meses que se seguiram à fusão, o Universal Music Group obteve um lucro de mais de 6 bilhões de dólares, a maior parte proveniente da venda de CDs. A fusão proporcionou uma presença internacional. Os principais mercados eram a América do Norte e a Europa. A China tinha um enorme potencial, assim como a Rússia, a Índia e o Brasil. No entanto, embora os representantes desses países tivessem se comprometido a respeitar as leis que regulam os direitos autorais nos Estados Unidos, elas não eram aplicadas. Como observou corretamente Alan Greenspan, a venda de propriedades intelectuais requeria um combate aos produtos não autorizados com o mesmo vigor com que se criavam bens legítimos. Onde não havia vontade política para isso, também não podia existir um mercado legítimo. Ainda assim, o quadro geral era fantástico. A Universal era a maior companhia da indústria fonográfica do mundo, controlando um quarto do mercado global.

Morris, no topo, tinha um orçamento de 1 bilhão de dólares para assinar com artistas e investir no seu desenvolvimento, e mais de dez mil funcionários sob seu comando. Também herdou um conjunto desordenado de duas dúzias de selos separados que as sucessivas ondas de fusões haviam rendido ao longo dos anos. No momento em que o contrato com a PolyGram foi assinado, ele começou a reorganizar a cadeia de comando. A organização corporativa era vista por todos que trabalhavam para ele como uma de suas principais qualidades. Ele sabia como motivar as pessoas e como tirar o máximo delas. Para isso, usava técnicas empresariais como a extensão das metas de lucros e contratos incentivados e também sabia como formar e manter uma equipe administrativa de sucesso. Entretanto, Morris usava outro método, que seu amigo Jimmy Iovine via como um fator de motivação essencial para o sucesso tanto dos artistas quanto dos empresários: o medo.[1]

Iovine havia trabalhado com alguns dos músicos mais talentosos de sua época e percebera que até músicos bem estabelecidos costumavam

criar seus melhores trabalhos enquanto sofriam o pior da insegurança artística. Isso era ainda mais verdadeiro com os rappers, cuja aparência de destemor e machismo frequentemente só servia para mascarar vulnerabilidades profundas e até mesmo uma grande timidez. Essas inseguranças sentidas pelos artistas no estúdio eram refletidas pelas inseguranças que os cabeças dos selos sentiam nas salas de reuniões. Os executivos passavam a vida perturbados pela desconfiança, esquivando-se dos avanços de rivais oportunistas que queriam roubar seus artistas mais importantes.

Morris encorajava esse medo. Ele usava uma abordagem darwiniana nos negócios e queria que as pessoas que trabalhavam para ele competissem entre si. Embora os selos sob a égide da Universal não tivessem permissão para entrar abertamente em leilões por artistas, ocorriam acordos conspiratórios, e dentro da organização reinava a sensação de que ninguém estava seguro, nem mesmo queridinhos como Iovine. Com a aquisição da PolyGram viera também uma participação na Def Jam Recordings. Selo pioneiro do rap, parecia à beira da morte anos antes, mas havia sido recuperado sob a liderança de Lyor Cohen, um lobo implacável e frio quando o assunto era negociar um acordo, fazendo até Doug e Jimmy parecerem civilizados. Cohen e Iovine logo travaram batalhas de lados opostos do país, roubando artistas um do outro em acordos fechados nos bastidores. Iovine pegou Sisqo; Cohen pegou Limp Bizkit.[2] (As vendas eram mais importantes do que a durabilidade artística.) A rivalidade entre a Def Jam e a Interscope parecia real — *era* real. Contudo, os espólios da vitória iam todos para o mesmo lugar, e quando se olhava da arena para o camarote via-se Morris aplaudindo.

A participação na Def Jam trouxe outra pessoa. Seu nome verdadeiro era Shawn Corey Carter, mas ele era mais conhecido pelo nome artístico, Jay-Z. Mesmo antes da fusão, Carter fora o artista mais importante do selo, porém os investimentos em marketing da Universal ajudaram a transformá-lo em um superastro internacional. No início do ano 2000, haviam conseguido um enorme sucesso com a fusão em “Big Pimpin’”, uma summer jam incrível que Carter desenvolveu com o produtor Timbaland e a dupla de rap do Texas UGK. A música representava ao mesmo tempo o melhor e o pior do que o gênero tinha a oferecer. A produção foi soberba, mas o gancho da música havia sido tirado da trilha sonora de um filme, de autoria do compositor egípcio Baligh Hamdi, cuja família anos mais tarde alegaria que o uso da amostra nunca havia sido liberado. O fluxo musical era incrível, mas a letra celebrava de forma clara a submissão

de mulheres à escravidão sexual. A música era viciante, sim, mas extremamente misógina e, anos depois, o próprio Carter, mais humano e gentil, a repudiaria.[3] Mais uma vez, Doug Morris entendia como ninguém que eram essas mesmas transgressões que tornavam "Big Pimpin'" irresistível.

Morris gostava muito de Carter. Ele era arrogante e tinha presença de palco, além de cantar tão rápido que fazia outros rappers parecerem lentos. Como Morris, Carter tinha um ouvido para sucessos, mas também uma boa cabeça para os negócios, fruto da sua participação no tráfico de narcóticos no passado. Ele era o CEO do próprio selo e passava tanto tempo desenvolvendo e promovendo outros artistas quanto passava fazendo o mesmo para si. Carter não via a si mesmo apenas como um rapper, mas sim como o chefe de um império empresarial diversificado. E, como Alan Greenspan, entendia a importância de acabar com a atividade dos piratas. No fim de 1999, quando suspeitou que um produtor musical rival estava vazando seu novo álbum um mês antes de chegar às lojas, Carter o confrontou na pista de dança de uma boate e o esfaqueou.[4]

Def Jam em Nova York; Interscope em Los Angeles; Cash Money em Nova Orleans — o monopólio sobre o mercado do rap estava rendendo dividendos para Morris, e os primeiros doze meses seguintes à fusão foram fantásticos para a Universal, ultrapassando até as previsões mais otimistas que o prospecto do acordo tinha dado aos acionistas. A redução geral do número de funcionários e a consolidação das redes de fornecimento das companhias haviam gerado economias que superavam as projeções, e o poder de negociação da nova entidade combinada alavancou o preço médio no varejo de um álbum para mais de 14 dólares por disco.

O aumento de preços teve ajuda de um conluio. Como a Federal Trade Commission mais tarde revelaria, por quase seis anos as Seis Grandes — depois da fusão da PolyGram, Cinco Grandes — haviam trabalhado juntas para convencer grandes redes como a Musicland e a Tower Records a não venderem CDs com descontos em troca de acesso a fundos de investimento para propaganda. Acordos desse tipo violavam a lei federal antitruste e, como as Cinco Grandes juntas controlavam quase 90% do mercado americano de CDs, o impacto sobre os consumidores foi considerável. O custo estimado de 1995 a 2000 foi de meio bilhão de dólares — 2 dólares do bolso de cada americano.[5]

Tudo estava dando certo para Morris. A presença no mercado internacional, a rede de distribuição ágil, o rol de talentos, a

conspiração contra o público — os lucros resultantes eram imensos. Em 1999, administrando a maior companhia de música do mundo durante o melhor ano que a indústria já vira, Morris não era apenas o executivo mais poderoso do meio fonográfico mundial — era o mais poderoso de toda a história da indústria fonográfica.

Mas essa posição de excelência durou pouco. Em junho de 1999, um rapaz de dezoito anos, Shawn Fanning, que havia largado a Universidade Northeastern, lançou um software que havia desenvolvido, chamado Napster. Na adolescência, Fanning havia se apaixonado por computadores e participava do submundo do IRC. Mas algo sempre o incomodara no ecossistema do #mp3: não havia uma forma fácil de encontrar os arquivos. Agora, do seu dormitório, encontrara uma solução engenhosa: um "serviço de compartilhamento de arquivos peer-to-peer", que conectava os usuários a um servidor centralizado onde podiam trocar arquivos mp3 entre si. A pirataria musical, antes limitada a uma pequena esfera de universitários com um bom conhecimento técnico, agora estava disponível para qualquer pessoa. Quase da noite para o dia, o Napster tornou-se um dos aplicativos mais populares, e com isso veio um tsunami de violações de direitos autorais.

O Napster era um monopólio natural cujo acervo e velocidade só aumentavam à medida que mais pessoas se juntavam a ele. No início de 2000, havia quase vinte milhões de usuários, e no meio do ano mais de catorze mil músicas eram baixadas a cada minuto. Toda música já produzida em qualquer lugar podia ser encontrada em segundos. As velocidades de download aumentavam rapidamente, mesmo em conexões domésticas, e as músicas com frequência chegavam em menos tempo do que sua própria duração. Em essência, era praticamente um streaming. O Napster não era só um serviço de compartilhamento de arquivos, era a jukebox digital infinita. E era gratuito.

A RIAA havia rastreado o Napster praticamente desde seu início, mas levou meses para que os selos mais importantes pudessem compreender a gravidade do problema. Coube a Hilary Rosen, CEO da RIAA, explicar. Rosen havia passado a maior parte da carreira trabalhando para a associação, e, talvez mais do que qualquer outra pessoa na indústria, entendia os perigos e a promessa da tecnologia digital. Em 24 de fevereiro de 2000, um dia depois da Cerimônia do Grammy, ela conversou com um grupo de integrantes poderosos da indústria fonográfica na sala de reuniões do hotel Four Seasons em Beverly Hills. A cena mais tarde foi contada pelo repórter

especializado em tecnologia Joseph Menn em seu livro *All the Rave*, o relato definitivo da ascensão e queda do Napster:

> Funcionários baixaram o software e se registraram sob os olhares de duas dúzias de chefes de selos. Em seguida, Rosen pediu aos executivos que começassem a citar nomes de músicas. Não só grandes sucessos, mas faixas escondidas no meio dos álbuns, novos ou obscuros. Os homens do meio fonográfico citaram mais de vinte músicas. Todas foram encontradas pelos funcionários, e com rapidez. Logo, ninguém precisava de mais nada para ser convencido de que a ameaça era séria. Enquanto o grupo ficava cada vez menos à vontade, um executivo da Sony tentou diminuir a tensão. "Vocês têm certeza de que processá-los é o bastante?", perguntou. A cereja do bolo veio quando alguém sugeriu buscar uma música do 'NSYNC chamada "Bye Bye Bye". Fazia só três dias que ela estava no rádio, e o CD ainda não havia sido lançado. E lá estava ela.[6]

Rosen tornou-se a face pública do ultraje da indústria fonográfica. Isso a tornou uma figura impopular. Os fóruns e salas de bate-papo estavam cheios de descrições pouco lisonjeiras da sua personalidade e aparência, e ela recebeu inúmeras ameaças de morte. A ironia era que, na realidade, ela era a pessoa mais inofensiva da indústria. Enquanto em público denunciava o serviço, nos bastidores ela incentivava o Napster e os selos musicais a fazerem um acordo.

Essa abordagem conciliatória era compartilhada por vários líderes dos selos musicais. Junior estava interessado, e procurou o Napster em várias ocasiões para negociar uma participação no empreendimento. O mesmo fez seu concorrente, Thomas Middelhoff, o presidente alemão da Bertelsmann AG, que levou a melhor nas negociações. No fim de 2000, Middelhoff anunciou uma *joint venture* entre a empresa e o Napster para o desenvolvimento de canais pagos legalizados de compartilhamento peer-to-peer.

Mas o Napster não era um investimento tão atrativo quanto parecia. Fanning, conciliador e deferente por natureza, não tinha experiência com negócios. Em vez disso, cercou-se de pessoas que julgava talentosas, o que na maioria das vezes significava contratar amigos e familiares. Uma de suas primeiras contratações foi Sean Parker, que Fanning conhecia de um canal de compartilhamento de mp3. Com dezenove anos, Parker era loquaz e bonito, e logo se tornou a face pública do Napster. (Um acordo semelhante com o Facebook mais tarde o tornaria uma das pessoas mais ricas do mundo.) Mas a primeira contratação importante não foi Parker, e sim o tio de Shawn Fanning, John.

Shawn estava preso à John Fanning. Grande parte do que sabia

sobre programação provinha das visitas à antiga empresa do tio, a Chess.net. Como CEO da companhia, John parecera o modelo de um bem-sucedido empreendedor da web e era generoso com o sobrinho. Passara anos dando dinheiro a Shawn sempre que ele tirava boas notas e, quando Shawn ainda estava no ensino médio, havia comprado uma BMW púrpura para ele.

Mas John pagava tudo com crédito. Ele tinha o hábito de não pagar as dívidas, o que tornava sua vida muito divertida. Somente em 1999, ele perdeu um julgamento por uma dívida de 17 mil dólares com o banco, outro por uma de 26 mil dólares com uma agência de crédito, e seu antigo advogado registrou uma queixa contra ele, afirmando que este lhe devia 94 mil dólares em custas legais não pagas. No mesmo ano, sua esposa perdeu o julgamento por uma dívida de 13 mil dólares no cartão de crédito e também estava sendo processada pela administração do seu condomínio pela inadimplência das taxas. Apesar das aparências, os negócios de John não iam bem — sua companhia anterior, a Cambridge Automation, havia sido dissolvida, e a Chess.net estava indo à falência, com funcionários queixando-se de não estarem sendo pagos. O pior de tudo era a acusação que John Fanning enfrentava por agressão ao zelador do seu prédio. (A queixa foi retirada em 2002, depois que Fanning cumpriu seis meses em liberdade condicional antes do julgamento.)

Pouco depois da fundação do Napster, contudo, Fanning fechou o acordo da sua vida. Em maio, pouco antes do lançamento do software para o público, John, de 35 anos, havia convencido Shawn, de dezoito, a assinar um documento concedendo-lhe 70% das ações do Napster em troca dos seus serviços como presidente e CEO. John logo deixara a posição de CEO, mas continuou sendo o presidente da companhia e, com a maior participação acionária, também detinha o controle legal sobre ela.

Ele dava pouca atenção aos negócios de rotina. Quando Shawn e Sean estabeleceram a sede no Vale do Silício, John permaneceu do outro lado do país, em Hull, Massachusetts, usando o salário que recebia e o dinheiro obtido das vendas particulares de ações do Napster para restaurar uma mansão condenada que havia comprado anos antes. À medida que ficava claro que o Napster não sobreviveria sem o apoio da indústria, executivos da companhia imploraram a ele que fizesse um acordo com as grandes gravadoras. A resposta de John foi: “Foda-se a indústria fonográfica.”[7]

Morris assistia à saga de longe. Ele não compartilhava o entusiasmo de Bronfman e Middelhoff pelo Napster, não havia comparecido à

reunião após o Grammy e não tinha nenhum interesse pessoal em se envolver no "negócio" sem lucros de Fanning. Antes do Napster, quando se lembrava da sua existência, ele considerava o mp3 não mais do que um aborrecimento. Morris era um homem da indústria fonográfica, e não um tecnólogo, e por um bom tempo teimosamente recusou-se a reconhecer que a tecnologia poderia ter um impacto sobre seu negócio. Seu trabalho era produzir sucessos, e quando pensava no mp3 não sabia como a tecnologia poderia ajudá-lo a fazer isso.

Mas o Napster tirou o compartilhamento de músicas do submundo e o inseriu na vida de todos, o que para Morris não passava de um caso claro de roubo em uma escala sem precedentes. A base de usuários do Napster era o equivalente a um bando de criminosos, e, por consequência, a própria companhia também, pois buscava lucrar com a troca ilegal de material protegido por direitos autorais que pertenciam ao Universal Music Group. Ele já havia passado por isso com a troca de fitas cassete, e enfim tomou consciência da ameaça que a nova tecnologia representava contra a existência do modelo de negócio do CD de 14 dólares.

A ideia mais óbvia era criar uma alternativa legal paga. Bronfman estava confiante no futuro da tecnologia digital e começou a investir capital da Seagram em uma grande variedade de ideias. O relatório anual do ano 2000 da companhia parecia o texto com a missão de uma firma de capital de risco: "Nossos investimentos abrangem infraestrutura interna, que inclui hardware e software que permitirão a venda de música pela internet, a exemplo do bluematter.com e do Jimmy and Doug's Farm Club, além de investimentos na GetMusic, na ARTISTdirect, na InterTrust Technologies, na ReplayTV, na eritmo.com, entre outras."

Era uma lista de fracassos. Em cinco anos, a maioria dessas empresas não existiria mais, e as poucas sobreviventes não teriam nenhum impacto significativo. Morris, Bronfman e um sem-número de outros executivos de toda a indústria do entretenimento e de outras indústrias haviam sido vítimas da febre da internet.

Só Rosen via o rumo que a indústria fonográfica estava tomando. Em várias conversas, Morris insistia com teimosia que seus investimentos em tecnologia tornariam o Napster obsoleto. Rosen tentou dissuadi-lo dessa ideia — a princípio com paciência, mas depois com uma exasperação cada vez maior. Ela sabia que Morris estava operando em um mundo que não entendia e achava que ele não estava ouvindo a voz da razão. Assim como na música, a

tecnologia dependia do *talento*, e Morris, supervisionando uma panóplia confusa de investimentos que se sobrepunham e competiam entre si de um escritório do lado errado do país, não tinha esse talento.

O pior exemplo disso era seu entusiasmo em relação à Pressplay, uma loja de música on-line em cujo desenvolvimento Morris desperdiçaria dezenas de milhões de dólares. O investimento era uma parceria entre a Universal e a Sony, e a cooperação entre as duas velhas rivais deixou Morris confiante, apesar da complicada estrutura de licenciamento e da seleção limitada da loja. Em várias ocasiões, disse a Rosen que parasse de falar com o Napster, de negociar com os Fanning e de se preocupar tanto, porque ele tinha algo que faria "tudo isso desaparecer". Anos mais tarde, a Pressplay seria presença garantida no topo das listas da série "Maiores fracassos da tecnologia de todos os tempos".[8]

Rosen estava numa posição difícil. Ela entendia o futuro da indústria melhor do que qualquer CEO, exceto talvez por Middelhoff. Todavia, esses homens eram seus chefes, e embora em reuniões ela os contrariasse e insistisse em um acordo com os Fanning, em público era forçada a agir como a mulher da indústria fonográfica responsável pelo serviço sujo.

O primeiro passo era envolver a lei. Rosen e sua equipe antipirataria tinham conversas regulares com o Departamento de Justiça americano, tentando convencê-los a ir atrás de negócios mais ousados como o mp3.com e o Napster. Isso era difícil. A indústria fonográfica não era bem-vista no Capitólio. Os executivos musicais haviam enfrentado Tipper Gore e Bill Bennett, e vencido batalhas decisivas. Contudo, essas vitórias haviam deixado os congressistas — e suas esposas — com a imagem de repressores sem senso de humor. Mesmo entre os liberais, a atitude no Capitólio não era nada favorável às gravadoras.

Outros setores da indústria do entretenimento exerciam muito mais influência. A indústria cinematográfica, em particular, era bem representada. Isso se devia em grande parte ao trabalho do equivalente de Rosen nessa indústria, Jack Valenti, presidente de longa data da Motion Picture Association of America. Valenti era uma lenda no Capitólio, pelo menos em parte, porque havia atendido às exigências dos guardiões da cultura e estabelecido um sistema de classificação autorregulado para os filmes. O sistema de Valenti tinha muitas falhas (às vezes era impossível compreendê-lo), mas serviu para preservar as boas relações entre a indústria e o Capitólio. Para

Hollywood, pelo menos, o sacrifício da integridade artística valia a pena.

Quanto à indústria fonográfica, ninguém jamais poderá dizer que ela cedeu. Os sistemas de classificação tinham um impacto inegável sobre a cultura, determinando que tipo de produto podia ser feito, a que custo e o que poderia conter. Executivos como Morris desprezavam a ideia de um conselho secreto de idiotas sem nenhum senso de humor decidindo qual seria a idade ideal para alguém ouvir Beatles pela primeira vez — ou mesmo o 2 Live Crew. Morris havia defendido pessoalmente os direitos à liberdade de expressão garantidos pela Primeira Emenda aos seus artistas com entusiasmo, às vezes tendo que arcar com consequências pessoais por causa disso. Talvez fosse difícil separar suas convicções pessoais dos seus incentivos financeiros, mas isso só servia para tornar sua posição mais sincera.

No entanto, essa lealdade aos princípios o faria sofrer. O Congresso fracassara em sua tentativa de proteger os adolescentes das imoralidades da indústria fonográfica; agora, não estava nada inclinado a protegê-la do compartilhamento de arquivos pelos adolescentes. Os representantes eleitos costumavam ser sinceros em relação a suas motivações nesse caso. Em diversas discussões com assistentes de Morris, eles deixaram claro que seu eleitorado apoiava em peso o compartilhamento de arquivos e que a maioria se opunha à aplicação agressiva da lei de proteção dos direitos autorais. Como as "leis dominicais" contra a sodomia, as garantias da proteção à propriedade intelectual corriam o risco de se tornarem obsoletas — garantidas no papel, mas não aplicadas. Embora não fosse um lobista, Harvey Geller, o principal advogado da Universal, ocasionalmente se encontrava com membros do Congresso e insistia para que reforçassem a aplicação da lei contra quem compartilhava arquivos. Inúmeras vezes ele foi informado de que tomar uma atitude contra o compartilhamento de arquivos possivelmente custaria votos. "Os políticos querem agradar seu eleitorado", diria Geller mais tarde ao descrever esses encontros. "E havia mais eleitorado roubando músicas do que as vendendo."

Outras indústrias não enfrentavam o mesmo problema. A indústria cinematográfica afixava o alerta antipirataria do FBI em toda fita VHS que vendia — mas eles tinham Valenti. A indústria editorial a cada ano produzia quase tanto conteúdo explícito quanto os músicos — mas também ofereciam polposos adiantamentos por livros de políticos que estavam perto de se aposentar. Os desenvolvedores de software

haviam colhido os frutos de inúmeras campanhas antipirataria do Departamento de Justiça — mas muitos de forma secreta colaboravam com a NSA [Agência de Segurança Nacional, da sigla em inglês]. A indústria fonográfica estava sozinha se recusando a cooperar desafiadoramente e agora se via abandonada pelo Estado. Se quisesse reforçar seus direitos sobre a propriedade intelectual, teria que fazer isso sem ajuda.

Assim, Morris — e, por conseguinte, o resto da indústria — traçou um plano para o mp3. Eles recorreriam a ações judiciais que acabariam com a existência do mp3. Seria uma estratégia em duas etapas. O primeiro round era RIAA *versus* Diamond Multimedia Systems. Usando seu sindicato como desculpa, as grandes gravadoras processaram os próprios fabricantes do mp3 player. O objetivo do processo era obter um mandado de injunção da corte proibindo a venda do dispositivo de áudio portátil da Diamond, Rio, e todos os seus similares, matando o mercado nascente de mp3 players ainda no berço. O segundo processo, A&M Records *versus* Napster, foi registrado por dezoito gravadoras, incluindo a Universal.[9] O processo alegava que o Napster era legalmente responsável pela violação dos direitos autorais promovida pela sua rede peer-to-peer, e que a companhia deveria arcar com os danos causados.

Os dois processos passaram por várias cortes civis e várias apelações. O Napster teve seu auge com sessenta milhões de usuários, enquanto o player Rio apresentava várias falhas de design e vendeu muito pouco. Os processos tiveram um efeito assustador no setor de P&D da indústria — com a possibilidade de responsabilização pela violação de direitos autorais de seus usuários, nenhuma companhia de software legítima venderia aplicativos de compartilhamento peer-to-peer de arquivos, e diante da possibilidade de um mandado de injunção emitido pela corte para que fossem retirados das prateleiras, nenhuma fábrica legítima de dispositivos eletrônicos produziria mp3 players.

O aspecto mais chocante dessa seca localizada de investimentos foi que ela ocorreu em meio à febre do pontocom. O mundo enlouqueceu, e as leis comuns de alocação de capital não se aplicavam mais. Em janeiro de 2000, os antigos chefes de Morris na Time Warner anunciaram uma transição chocante: venderiam a companhia — toda a companhia — para a America Online, a empresa cujo modelo de negócio era soterrar o mundo inteiro com CDs não solicitados via correspondência publicitária. Em troca de 164 bilhões de dólares de ações hiperinflacionadas da AOL, a Time Warner venderia tudo — as

revistas, as estações de TV a cabo, as gravadoras, tudo — para uma provedora de serviços recém-fundada cujas ações eram vendidas a um preço duzentas vezes maior do que sua receita, o que qualquer observador sem nenhum conhecimento sobre tecnologia como Morris podia ver que não passava de um castelo de areia.

Foi a transação mais estúpida da história do capitalismo organizado. Mas Bronfman via o acordo como algo a ser reproduzido. Depois de passar os seis anos anteriores comprando, ele achava que aquele era o momento de vender. Em junho de 2000, ele anunciou a dissolução da Seagram, o que significou o fim do império de bebidas alcoólicas de oitenta anos da família Bronfman. O que restou dos negócios com álcool e bebidas em sua maioria acabaria sendo dividido entre a Diageo e a Coca-Cola. A Universal seria vendida para a Vivendi, um conglomerado de mídia francês.

A Vivendi e a Seagram eram praticamente iguais. A companhia era administrada por um megalomaníaco excêntrico chamado Jean-Marie Messier que, como Bronfman, fora seduzido pelo fascínio das celebridades e transformara uma tediosa companhia de abastecimento de água em um conglomerado dedicado à tecnologia e ao entretenimento. Esses gênios dos negócios tão parecidos deveriam em tese dividir a supervisão dos ativos provenientes do entretenimento da Universal. Na prática, porém, Junior tornou-se "vice-presidente executivo", uma posição tão importante quanto soava.

Morris, por sua vez, era um jogador indispensável no time e manteve o controle. A fusão lhe deu a chance de renegociar os termos do seu contrato em meio à bolha da internet, negociando com um francês pródigo que fazia até mesmo Bronfman parecer sovina. O contrato resultante — vamos chamá-lo de O Contrato — entrou em vigor em 2001, e durante a década seguinte Morris foi o homem mais bem pago no meio musical.[10]

Como ocorrera a Junior, os executivos da Vivendi não entendiam muito bem o que estavam comprando. Haviam adquirido companhias telefônicas, empreendimentos tecnológicos, direitos sobre meios de comunicação e editoras, financiado essas compras com empréstimos vultosos. Como acontece com frequência com acordos desse tipo, os consultores de investimentos que vendiam as ações asseguravam ao público que eram investimentos sólidos. Contudo, o pagamento da dívida requeria garantias de uma entrada contínua de capital, e, depois que os contratos foram assinados, a Vivendi começou a pressionar Morris por estimativas de receitas futuras. Morris, entretanto, se recusava a fornecê-las. Explicou aos novos chefes que

suas vendas dependiam dos caprichos inconstantes da cultura, que eram impossíveis de prever ou controlar. Se, por um lado, pecou pelo excesso de confiança em seus investimentos em tecnologia, por outro, uma vida inteira na cola do responsável pelos pedidos dos clientes o ensinou que não poderia dar nada como certo. A ideia de que grandes executivos ditavam as preferências estéticas das massas era absurda, e a carreira inteira de Morris baseara-se na crença no oposto. Do Music Explosion em diante, ele nunca desviou a atenção do que as pessoas queriam e fazia de tudo para dar isso a elas, mesmo quando era necessário passar por cima do seu próprio julgamento crítico. Morris era agnóstico em relação aos próprios gostos — e até mesmo às suas capacidades. Como um homem de 63 anos num escritório corporativo de Manhattan poderia saber o que os jovens queriam?

Ele tinha um excelente histórico de descobertas de novos talentos, mas não podia prever o futuro. O número de caixas de suco de laranja vendido em um ano era um excelente indicador do número que seria vendido no ano seguinte. O mesmo não podia ser dito do número de vendas de álbuns do Limp Bizkit. A cada ano, Morris precisava reinventar toda sua linha de produtos. Na maioria das vezes, isso gerava fracassos, e o resultado era que um CD costumava ter um prazo de validade mais curto do que um iogurte. A cada ano, Morris ordenava que milhões de CDs fossem jogados em aterros sanitários. Apesar de já ter quarenta anos de carreira na indústria fonográfica, ainda não era capaz de afirmar com certeza quais artistas fariam sucesso, e o ditado de Hollywood que dizia “Ninguém sabe de nada” aplicava-se igualmente a quase todas as indústrias de entretenimento. Todo ano centenas de filmes eram exibidos em cinemas vazios; dúzias de programas de TV estreavam e eram cancelados depois de alguns poucos episódios; milhares de livros recém-impressos ficavam esquecidos nas prateleiras e depois precisavam ser destruídos. Talvez o ditado se aplicasse a todo o mundo corporativo, e aqueles que aceitavam esse desagradável estado de ignorância socrática eram os que tinham mais chance de sobreviver.

Até certo ponto, Morris podia contar com o catálogo da Universal: o número de álbuns vendidos anualmente pelo Led Zeppelin *era* um bom indicador do número que a banda venderia no ano seguinte. Mas o catálogo da Universal só representava 30% da receita geral da companhia. E, embora fosse inevitável que alguns dos sucessos pop descartáveis da época estivessem destinados a se tornar os clássicos atemporais do futuro, era impossível determinar quais músicas alcançariam esse status.

Esse era um problema bem conhecido na América corporativa — metas de desempenho muitas vezes dependiam de resultados de curto prazo. Não deveria ser assim. Em tese, as ações de capital público eram ativos de duração indefinida, e os administradores deveriam investir em projetos que agregassem valor durável para os acionistas. Na prática, por outro lado, a consolidação corporativa na indústria implicava uma ênfase maior nos lucros de curto prazo. Morris estava a par do problema e fazia o máximo para manter a estabilidade do grupo de artistas de sucesso dos seus selos e dentro da corporação. Ele encorajava os presidentes dos selos a se concentrarem na rentabilidade de longo prazo e sempre tentava fazer acordos para a gravação de mais de um álbum com os artistas mais importantes da Universal. Ainda assim, a maior parte de seu bônus anual vinha de lixo pop descartável. Se isso significava rejeitar o Radiohead para assinar com o Hanson, que assim fosse. Recebia incentivos financeiros para que produzisse hits instantâneos.

E era isso que fazia. Mesmo com a pirataria digital saindo dos dormitórios universitários para conquistar o público como um todo, o ano 2000 foi um ano excepcional para a indústria. Os consumidores compraram mais música naquele ano do que nos anteriores ou posteriores — com cada americano gastando em média mais de 70 dólares só em CDs.[11] A Universal foi a companhia que mais lucrou, principalmente com a "trilogia" de rap: *Chronic 2001*, de Dr. Dre; *The Marshall Mathers LP*, de Eminem; e *Vol. 3... Life and Times of S. Carter*, de Jay-Z. "The Next Episode", "Stan" e "Big Pimpin'" estavam entre os arquivos mais pirateados no Napster, mas isso parecia se traduzir diretamente no aumento das vendas dos álbuns. Alguns observadores da indústria começaram a se perguntar se a pirataria musical era mesmo uma ameaça para a indústria. Alguns chegaram até mesmo a considerar a possibilidade de que o fenômeno pudesse aumentar as vendas.

A ideia era absurda. Se um produto podia ser obtido de graça e ser reproduzido em quantas cópias se desejassem sem perda de qualidade, por que alguém pagaria por um segundo exemplar de algo que já tinha de graça? A compulsão moral pela compensação do artista com certeza não seria o suficiente. Não obstante, a explosão do sucesso do Napster coincidiu com os dois melhores anos que a indústria fonográfica já viu, e até Morris mais tarde admitiria que por algum tempo o compartilhamento de arquivos mp3 piratas pelo Napster alimentou o boom do CD. Como explicar isso?

É simples: sem uma quantidade significativa de players de música

portáteis, os mp3 ainda eram produtos inferiores. Não era possível levá-los para todos os lugares. Você não podia ouvi-los no carro, praticando exercícios ou no avião. Não podia tocá-los em uma festa sem levar um computador de quatro quilos e meio com você. É claro que podia gravá-los em um CD — aliás, centenas deles. Mas muitos CD players não tocavam arquivos mp3, e mesmo com os que tocavam, navegar por um menu com centenas de arquivos em um CD era um processo lento. Então, sim, a pirataria de arquivos mp3 estimulou as vendas dos CDs... por um período.

Contudo, se você tivesse um bom mp3 player, as coisas seriam diferentes. Você poderia jogar seus CDs na lata de lixo e colocar tudo em um HD que caberia no seu bolso. Nunca mais teria que comprar outro CD na vida. Tudo dependia do resultado da ação RIAA *versus* Diamond.

Depois de rodadas sucessivas de recursos, os processos chegaram ao fim. A decisão foi dividida, com uma vitória contra o Napster e uma derrota contra a Diamond. As redes peer-to-peer tornaram-se ilegais, mas os players de mp3 continuaram nas prateleiras. Os servidores do Napster saíram do ar em julho de 2001, e depois de uma corrida louca de onze horas de downloads o público tinha centenas de milhões de arquivos mp3 armazenados em seus computadores pessoais, e não seria fácil tirá-los de lá. O palco estava armado para uma grande rebelião que tornaria o CD obsoleto para sempre e desencadearia a transformação de uma tecnologia de nicho na maior empresa da Terra.

A indústria fonográfica vencera o processo errado.

CAPÍTULO 10

Depois de cinco anos de negligência, a Thomson percebeu que sua participação no mp3 valia alguma coisa. Em abril de 1999, a companhia mandou Henri Linde para a Califórnia no auge da bolha da internet e abriu um escritório dedicado para ele com uma equipe de seis integrantes. No início, os negócios iam bem, mas explodiram depois do resultado favorável do processo RIAA *versus* Diamond. Enfim, uma grande empresa entrava no páreo, com dinheiro japonês substituindo o coreano.

Qualquer dispositivo capaz de tocar mp3 estava valendo. Linde assinou contratos com empresas de internet, fornecedores de software, fábricas de processadores, desenvolvedores de jogos, fornecedores de sistemas de som para carros e centenas de *start-ups*. Nos primeiros quatro anos, enquanto trabalhava como gerente de licenciamento, assinara menos de vinte acordos. Nos quatro anos seguintes, assinou mais de seiscentos. O único obstáculo era a Sony. Uma verdadeira guerra civil tivera início dentro da companhia entre o setor de eletrônicos e o de selos musicais.[1]

De algum modo, Brandenburg continuava conseguindo evitar ser o foco das atenções. Em dois artigos para revistas diferentes sobre o mp3 publicados por volta dessa época, jornalistas americanos cometeram o equívoco de identificar o fundador do MPEG, Leonardo Chiariglione, como o criador da tecnologia. Escrevendo para *The Atlantic*, Charles C. Mann afirmou que Chiariglione "liderou o desenvolvimento de uma forma padrão de converter som para um formato digital, agora chamado de MP3",[2] e, em um artigo para a *Brill's Content*, Mark Boal chamou Chiariglione de "o pai do mp3".[3] Na verdade, Chiariglione só presidira o concurso do MPEG — ele não participou dele. Os jornalistas haviam confundido o júri com um dos competidores, e nenhum dos dois artigos mencionou o nome de Brandenburg.

Tais erros talvez fossem compreensíveis. A história das complexas artimanhas políticas do Musicam contra o Fraunhofer não podia ser encarada como um conto de glória. O mesmo não aconteceu com Shawn Fanning, do Napster, nem com Justin Frankel, do Winamp. A

narrativa sobre um calouro iniciando uma revolução do seu dormitório era muito mais encantadora do que a história de um engenheiro de áudio de meia-idade passando doze anos em um laboratório de áudio, e até grandes corporações foram enganadas.

Em junho de 1999, a AOL anunciou a compra da Nullsoft, a companhia que Frankel fundara para distribuir o Winamp. Bernhard Grill, de 38 anos, havia passado os últimos doze anos da sua vida desenvolvendo e conduzindo pesquisas básicas para o mercado de consumo. Grill era o verdadeiro inovador, e fora ele que programara o primeiro player de mp3. Frankel, de dezenove, havia apenas copiado o software e adicionado uma função de edição de playlists. Depois da transação com a AOL, ele passou a ter um patrimônio de 59 milhões de dólares.[4]

Só a imprensa alemã conseguiu identificar os verdadeiros pioneiros da psicoacústica. Isso graças ao Fraunhofer, cujo departamento de Relações Públicas promoveu o sucesso do mp3 como um resultado triunfante para os contribuintes. Até mesmo colocaram Brandenburg na capa de seu relatório anual. Claro, essa história também não era precisa: descrevia a vitória do mp3 como inevitável, visto que contava com a superioridade da tecnologia alemã. A linha do tempo oficial do Fraunhofer não mencionava o Napster, o mp3, as demonstrações de shareware crackeadas nem a Scene. Nem sequer mencionava a palavra "pirataria". Em vez disso, existia uma única linha referindo-se à "adoção geral do padrão na internet".[5]

Mas havia uma indicação da magnitude dos frutos gerados pela disseminação da tecnologia escondida entre as informações financeiras do mesmo relatório: o Fraunhofer estava recebendo mais de 100 milhões de dólares por ano em licenças, e esse fluxo continuaria por mais dez anos. Brandenburg jamais revelaria seu lucro pessoal com exatidão, mas foi uma porcentagem mais tarde descrita por Henri Linde como "boa".

Linde tinha uma carta na manga e resolveu usá-la. A Microsoft havia sido uma das primeiras licenciadas do Fraunhofer, mas numa base experimental. Em 1999, a companhia decidiu incluir o Windows Media Player no seu sistema operacional. Linde, agora na Califórnia, redigiu um contrato de longo prazo. Meses depois, uma assistente administrativa do Departamento de Operações do Fraunhofer verificava a correspondência quando encontrou um cheque. Não era a primeira vez que aquilo acontecia. Enquanto a maioria das companhias fazia os pagamentos por transferências eletrônicas, a Microsoft ainda se prendia à era do dinheiro em papel. A companhia

obtivera sua licença havia um bom tempo, e o cheque parecia mais um entre as dúzias de cheques já enviados — exceto pelo número incomum de zeros apertados no final do campo para preenchimento da quantia.

Suspeitando que haviam cometido um erro, ela procurou Peter Dittrich, diretor de Operações do Fraunhofer. Depois de examinar o cheque, Dittrich também achou que era um erro do escritório. Ele telefonou para o Departamento de Pesquisa de Áudio a fim de perguntar a Brandenburg se ele sabia o que estava acontecendo.

— *Herr* professor Brandenburg — disse Dittrich —, temos um cheque aqui para o senhor.

— Sim — respondeu Brandenburg.

— É da Microsoft — prosseguiu Dittrich.

— Sim — repetiu Brandenburg.

— O problema com esse cheque é que é bastante... hum... grande.

— Sim.

Em seguida, ele explicou que o acordo de licenciamento de Linde com a Microsoft funcionava por unidade — o que significava que, dali em diante, sempre que qualquer pessoa no mundo comprasse um computador com o Microsoft Windows instalado, o Fraunhofer receberia.

Contudo, ainda estavam expostos a certos riscos. A Microsoft não havia se tornado a maior companhia do mundo enviando cheques de licenciamento a empresas alemãs obscuras, e mesmo enquanto pagava pelo mp3, ela já buscava substituí-lo. Durante anos, a Microsoft vinha desenvolvendo o próprio padrão de codificação em sua sede de pesquisa em Redmond. Em agosto de 1999, a companhia introduziu o Windows Media Audio, um formato proprietário que em geral superava o mp3 em testes de qualidade. De todas as ameaças ao seu sucesso, essa era a que Brandenburg mais temia. Ele vira a Microsoft usar o domínio do seu sistema operacional para tirar concorrentes como o Netscape e o WordPerfect do páreo e achava que podiam fazer o mesmo com ele.

Grill não estava tão preocupado. Ele acreditava que era tarde demais para a Microsoft. A vantagem do Fraunhofer como o primeiro a ter dado a largada era insuperável, e depois do Napster já havia centenas de milhões de arquivos mp3 — provavelmente até bilhões. Ele sabia que essa guerra havia sido vencida muito tempo atrás e tivera certeza disso não em alguma mesa redonda de engenharia ou sala de reunião corporativa, mas em uma escada rolante em um shopping de Los Angeles.

Harald Popp também achava que, quaisquer que fossem suas deficiências, o mp3 não seria substituído tão cedo. Um e-mail detalhando os resultados do último levantamento dos termos mais pesquisados em inglês vinha sendo repassado dentro do Fraunhofer: "mp3" havia se tornado o termo mais pesquisado na internet, mais até do que "sexo". Quando Popp leu o e-mail, ele riu, e então, depois de doze anos de tensão, enfim relaxou. Era o fim da guerra dos formatos. Eles haviam vencido.

Do mesmo modo que quem buscava o termo "sexo" não estava procurando informações científicas sobre o sistema reprodutivo humano, as pessoas que buscavam o termo "mp3" não estavam procurando os detalhes técnicos da compressão de áudio. Elas estavam procurando música pirateada para baixar de graça, conceito do qual o termo "mp3" havia se tornado sinônimo. Antes do Napster, piratear música era difícil o suficiente para limitar a prática a um número determinado de participantes: entender como usar o IRC ou encontrar um site de FTP de qualidade requeria certo investimento de tempo e um nível básico de conhecimentos técnicos. Entretanto, depois do Napster, qualquer idiota podia digitar a palavra "mp3" no Yahoo e encher o disco rígido de álbuns pirateados em questão de minutos.

Isso colocava Brandenburg em uma posição difícil. Ele encarava o que o Napster estava fazendo como algo moralmente errado. No debate a respeito da propriedade intelectual sobre os arquivos digitais, Brandenburg tinha a opinião mais conservadora possível. Para ele, a revolução do compartilhamento de arquivos era uma forma coletiva de roubo, nada além disso. Ele não pirateava música e estava comprometido a compensar os artistas pelas obras que criavam. E as gravadoras também — não importavam quais fossem seus erros ou o quanto podiam ter uma visão limitada, Brandenburg acreditava que era necessário dar a César o que era de César. Agora, sempre que dava uma entrevista, concluía com um conselho austero teutônico: "Não roubem música."[6]

Ele falava isso com ênfase e sentimento. Ainda assim, era possível identificar em sua voz certa alienação brechtiana. Ninguém, nem mesmo Shawn Fanning, havia se beneficiado mais do que Brandenburg do sucesso do Napster. Apenas com a violação global dos direitos dos detentores da propriedade intelectual ele poderia ter ganhado tanto dinheiro quanto ganhou. A ironia era um tabu no Fraunhofer, onde prevalecia a atitude dos Três Macacos Sábios: "Não vejo, não ouço, não falo." Ela se estendia aos outros pesquisadores do Fraunhofer, e era particularmente respeitada por Bernhard Grill. Ao

longo dos anos, ele continuou ampliando seu arquivo físico de músicas obscuras, mesmo apesar de esse material estar se tornando gratuitamente disponível on-line. Enquanto ganhava milhões às custas da indústria fonográfica, Grill devolvia uma pequena parcela gastando milhares de dólares em CDs.

Teve início na comunidade de engenharia uma rodada de apertos de mão comemorativos. Brandenburg tornou-se um dos especialistas técnicos mais procurados do mundo. Nos dois anos seguintes, foi indicado para fazer parte de doze comitês de padronização. Foi convidado a dar palestras em universidades e discursos de abertura em conferências. Em 2000, junto com Harald Popp e Bernhard Grill, recebeu o Prêmio do Futuro Alemão, a homenagem mais prestigiosa que pode ser concedida a um cientista no país. Os três dividiram o prêmio de 250 mil euros. Depois disso, o grupo deu uma festança, com música, cerveja e dança.

Brandenburg começou a flertar com a ideia de abandonar a pesquisa em definitivo. Falou sobre a possibilidade de se mudar para São Francisco e abrir uma companhia de negócios pela internet ou uma firma de capital de risco. O Fraunhofer esforçou-se para mantê-lo no instituto. Estava claro que precisavam promovê-lo, e a posição mais óbvia era a diretoria da sede de Erlangen, onde Brandenburg realizara seu trabalho pioneiro. Contudo, o cargo já tinha sido dado a Heinz Gerhäuser, o velho líder do grupo de pesquisa de áudio. Após algumas discussões, ofereceram a Brandenburg a diretoria de uma nova instalação que estava sendo construída pelo Fraunhofer em Ilmenau, uma pequena cidade da Turíngia, duas horas ao norte de Erlangen. Ele aceitou a oferta e ficou. Pouco tempo depois, de Ilmenau, ele incorporou a Brandenburg Ventures, uma firma de capital de risco de estágio inicial.

Ainda havia dois desafios para a dominação total — na verdade, pequenos detalhes, porém dignos de menção. Um concorrente do mp3, o sistema de compressão psicoacústica conhecido como Ogg Vorbis, chegou tarde a um mercado já dominado, mas tinha vantagens distintas. O Ogg era um projeto de código aberto, o que significava que qualquer um podia implementá-lo sem precisar pagar direitos autorais. Ele também se saía melhor nos testes de audição do que qualquer outro formato. Em um mundo criado por um engenheiro, talvez pudesse ter substituído o mp3, e a receita obtida com as licenças do mp3 pelo Fraunhofer teria desaparecido por completo.

Tanto Brandenburg quanto Grill admiravam a filosofia do código aberto, mas também sabiam que o Ogg nunca havia conduzido o tipo

de pesquisa com áudio de longo prazo que um formato independente exigia. Ambos achavam que o formato utilizava seus algoritmos — algoritmos que haviam levado mais da metade de uma década de testes de audição para aperfeiçoar. Embora o grupo por trás do Ogg negasse ter infringido as patentes de Brandenburg, com algumas palavras cuidadosas, o Fraunhofer deixou sua posição clara para os fabricantes de dispositivos, e então o formato caiu na obscuridade.[7]

O segundo era a Apple. Como Brandenburg, Steve Jobs desaprovava o compartilhamento de arquivos e estava trabalhando na criação de uma alternativa paga dentro da lei. Vinha desenvolvendo um aplicativo de venda de músicas chamado iTunes, com sua interface branca agradável e iconografia cara que prometiam livrar o mundo do pecado. As falhas de design do Winamp seriam eliminadas; os usuários do Napster receberiam instruções morais sobre as virtudes da distribuição paga e — conforme insistiam os representantes da Apple — o formato mp3 seria abandonado.

Jobs queria que todos usassem o AAC. Em discussões, apontava corretamente que o AAC era uma tecnologia de segunda geração, desenvolvida pelo próprio Brandenburg para substituir um formato ineficiente, comprometido e obsoleto. Na verdade, a Apple promovia o AAC com tanta agressividade que muitos usuários acreditaram erroneamente que ele havia sido inventado pela companhia — equívoco este que durou anos. Em colaboração com Henri Linde, Brandenburg reagiu com igual agressividade. Ele afirmava que o mp3 estava muito bem estabelecido. Os custos envolvidos na troca eram altos demais. (Ele evitava mencionar os próprios incentivos econômicos.)

A vitória foi fácil. Em 2000, a balança do poder tendeu inteiramente para os usuários dos sistemas de compartilhamento de arquivos. A Apple continuava sendo uma empresa de tecnologia secundária, alvo de piadas da indústria. Não tinha uma base de usuários grande o suficiente para promover uma troca de formatos em grande escala entre eles. Na época das primeiras reuniões de licenciamento, a companhia detinha 3% do mercado de computadores pessoais. A Microsoft, 23 vezes maior em capitalização de mercado, não conseguira promover essa troca. Qual era a chance da Apple?

Brandenburg nem sequer conheceu Jobs pessoalmente. Ele não fazia parte da adoração ao Macintosh, e em uma conversa casual referiu-se aos consumidores da companhia como “vítimas de lavagem cerebral”. Ele vivia fora do campo de distorção da realidade da Apple, e, mais tarde, quando a empresa lhe mandou uma proposta

confidencial para um novo mp3 player, ele começou a listar as especificações técnicas atrás do papel. A Apple não era uma ameaça para mercados estabelecidos, e Brandenburg, em suas próprias palavras, não "era apegado" à tecnologia.

No verão de 2001, ele foi para Hong Kong, onde daria outra palestra. Depois disso, saiu para as estreitas ruas comerciais. Lá, por trás das vitrines, estava a última geração dos mp3 players. Um mercado robusto de consumo estava emergindo à medida que os usuários dos sistemas de compartilhamento de arquivos tentavam tornar suas pilhagens móveis. Diante de seus olhos, Brandenburg viu uma série de dispositivos de mais de dez fabricantes, e na frente deles um reflexo fraco de si mesmo. Ele havia mudado. Suas entradas haviam aumentado, revelando um domo brilhoso e ligeiramente pontudo. Agora, preferia vestir ternos com camisas escuras e gravatas contrastando, embora mantivesse uma barba cheia, produzindo um efeito que não chegava a ser inteiramente profissional. Sua excêntrica linguagem corporal permanecia a mesma, mas agora podia contar mais com sua reputação do que com a postura para inspirar respeito.

Finalmente, ele aceitou sua vitória. Grill, Popp e os outros membros da equipe haviam reconhecido a inabalável posição do mp3 no mercado anos antes, mas Brandenburg era conservador e talvez até mesmo cético em relação ao próprio sucesso. Por consequência, ele nunca deixou de trabalhar duro para garantir sua participação no mercado, pisando fundo no acelerador mesmo depois de a corrida ter sido vencida. Agora, enfim, podia relaxar. Brandenburg não era mais um pesquisador acadêmico, e sim um experiente e bem-sucedido homem de negócios que entendia o jogo tão bem quanto qualquer pessoa. Antigas rivalidades podiam ser perdoadas, já que velhos inimigos agora eram seus licenciados. Não guardava rancor do MPEG, do Musicam e até da Philips. É claro que quando estava apenas começando eles se aproveitaram dele, mas com os benefícios da distância era quase como se ele aprovasse a inteligência deles. Agora, quando falava do banco de filtros que a Philips o manipulara a inserir em seu código, não era mais com mágoa, mas com um tipo de admiração melancólica.

Eles haviam sido muito espertos; mas sabiam tão pouco; a lista de erros era longa. A imposição do MPEG; a derrota em Erlangen; o incrível fracasso na tentativa de patentear o mp3 player de bolso, decisão que deixara centenas de milhões de dólares na mesa. O sagaz operador agora em frente à loja de Hong Kong não teria cometido os mesmos erros. Não que ele fosse um mercenário — todos que o

conheciam descreviam Brandenburg como uma pessoa honesta, e ele conduzia seus negócios profissionais com integridade. Isso só queria dizer que ele aprendera certas coisas ao longo do caminho e que não acreditava mais que uma pasta cheia de dados atentando para a superioridade de sua engenharia era tudo o que se precisava para ter sucesso neste mundo.

CAPÍTULO 11

Embora fosse um dos melhores clientes dos contrabandistas, por um bom tempo Dell Glover não conseguia descobrir como eles tiravam os CDs da fábrica. Sob o regime Van Buren, a segurança da Universal era inviolável. Além das revistas aleatórias, os funcionários agora precisavam colocar as mochilas em uma esteira para passar por uma máquina de raios X. A fábrica não tinha janelas, e as saídas de emergência disparavam um alarme alto. Laptops eram proibidos em qualquer lugar das instalações, assim como sistemas de som, players portáteis, aparelhos de fita cassete ou qualquer coisa que pudesse gravar ou ler um CD.

Na linha de produção, as máquinas de prensa eram controladas digitalmente e geravam registros à prova de erros do que entrava e saía. Os discos embalados produzidos no final eram imediatamente incluídos no inventário com um leitor de códigos de barra. A gerência produzia um relatório automático para cada leva, registrando o que tivesse sido impresso e o que tivesse sido de fato enviado para venda, e qualquer diferença precisava ser justificada. Para um álbum popular, a fábrica podia prensar mais de meio milhão de cópias em um período de 24 horas, mas a gravação automática de registros permitia que os chefes acompanhassem o inventário disco a disco.

Assim que um CD embalado deixava a linha de produção, não voltava a ser tocado por mãos humanas até chegar à loja. As caixas de CD eram fechadas com cola e colocadas sobre pallets por robôs. Em seguida, veículos automáticos guiados por laser levavam os pallets ao armazém, onde o acesso dos funcionários era estritamente controlado. A partir desse ponto, só os funcionários da plataforma de carregamento tinham permissão para manusear as caixas.

E então vinha a fila da revista. Em um turno comum, um em cada cinco funcionários era selecionado, e o sistema aleatório de Van Buren já pegara vários gatunos em potencial. Às vezes, contudo, isso não era o bastante. De vez em quando, um grande lançamento passava pela fábrica — por exemplo, *The Eminem Show* ou *Country Grammar*. Esses lançamentos mais desejados chegavam em uma limusine com película nas janelas, trazidos desde o estúdio em uma maleta carregada por um

portador que em nenhum momento tirava os olhos da fita máster. Depois que o molde de vidro da produção era extraído da fita máster, o portador colocava a fita de volta na maleta e saía tão misteriosamente quanto havia chegado. Quando um desses álbuns muito aguardados era prensado, Van Buren ordenava que todos os funcionários da fábrica, do gerente para baixo, passassem pelo detector de metais manual.

Ainda assim, de algum modo, até os CDs de maior valor estavam vazando. Glover geralmente conseguia pôr as mãos neles em dois dias. O que estava acontecendo? Teria alguém subornado um guarda? Ou desativado o alarme de uma saída de emergência? Ou conseguido passar os CDs por um buraco das portas? Poderia algum funcionário ter encontrado um ponto cego entre as câmeras e estar jogando os CDs feito frisbees por cima da cerca?

Glover começou a pensar em como iria agir. Em primeiro lugar, teria de tirar os CDs do controle do inventário. Nesse aspecto, sua posição na linha de embalagem era perfeita. Mais à frente na linha, os CDs recebiam códigos de barras, eram embalados e registrados no inventário. Se Glover estivesse mais atrás, não teria acesso ao produto final. A linha de embalagem era o único lugar de toda a fábrica onde funcionários tinham contato físico com os álbuns finalizados.

Melhor ainda, o trabalho na linha de embalagem estava levando mais tempo e se tornando complexo. Esse foi um dos primeiros efeitos do mp3, que, em termos de qualidade de áudio, era equivalente ao disco compacto, mas superior em vários outros aspectos. Os arquivos não apenas eram menores e mais baratos do que o áudio do CD, mas também podiam ser infinitamente reproduzidos e eram indestrutíveis. Os CDs arranhavam, quebravam e eram roubados em festas, mas um mp3 era para sempre. A única vantagem do CD, portanto, era a satisfação tátil de uma propriedade física. Assim, na realidade, tudo que a Universal estava vendendo era a embalagem.

Quando Glover começou, em 1994, o trabalho era quase automático. Tudo que precisava fazer era vestir as luvas cirúrgicas e passar as caixas de acrílico na máquina plastificadora — só isso. Agora, a arte do álbum estava se tornando mais sofisticada. Os próprios CDs eram dourados ou fluorescentes, as caixas eram pintadas em um tom opaco azulado ou púrpura, e as capas dos álbuns eram livretos grossos impressos com papel de alta qualidade e instruções de dobras complexas. A cada etapa do processo, a nova complexidade aumentava a possibilidade de erros, de modo que agora dezenas, e às vezes centenas, de CDs sobressalentes eram impressos a cada tiragem.

Esses CDs eram sobras a serem usadas como substituições caso alguma coisa fosse danificada ou manchada durante o processo de embalagem.

Ao final de cada turno, o protocolo instruía Glover a levar os discos sobressalentes para uma trituradora de plástico, onde eram destruídos. A trituradora era um dispositivo simples: uma máquina do tamanho de um refrigerador, pintada no tom azul da indústria pesada, com uma entrada frontal que levava a um cilindro denteado de metal. Os discos eram depositados na entrada e o cilindro os triturava. Durante anos, Glover observou milhares de CDs em perfeito estado serem destruídos entre as engrenagens da máquina. E, com o tempo, percebeu que estava olhando para o buraco negro do sistema de segurança da Universal. A trituradora era eficiente, mas simples demais. A máquina não tinha memória nem gerava registros. Ficava fora do processo de gerenciamento digital do inventário da fábrica. Se você fosse instruído a destruir 24 discos sobressalentes e só 23 entrassem na máquina, ninguém saberia.

Assim, o que Glover tinha que fazer era tirar a luva cirúrgica enquanto segurava um CD sobressalente durante o caminho que fazia da esteira até a trituradora. Em seguida, em um movimento rápido, podia enrolar o CD na luva e amarrá-la. Então, fingindo ligar a trituradora, abriria o painel de controle, o repositório de descarte ou a caixa de fusíveis. Depois de uma rápida olhada ao redor para se certificar de que estava só, esconderia o CD enrolado na luva em algum compartimento da máquina e trituraria todo o resto. Ao final do turno, retornaria à máquina e, enquanto arrumava tudo para encerrar mais um dia de trabalho, pegaria o CD onde tivesse escondido.

Mas ainda faltaria passar pelos seguranças e seus detectores de metais. Glover não estava disposto a correr riscos; embora a Universal assegurasse que as revistas eram aleatórias, ele sabia que os funcionários da linha de embalagem eram os alvos favoritos. Ele mesmo já havia sido selecionado para revistas “aleatórias” centenas de vezes. Contudo, enquanto os guardas observavam Glover, ele também os observava e, certo dia, quase por acidente, descobriu algo interessante. Glover costumava usar tênis no trabalho, mas nesse dia calçava botas de proteção com biqueiras de aço. Quando foi chamado para uma revista, o guarda passou o detector por seus pés, e ele produziu um som baixinho. O guarda perguntou-lhe se as botas tinham biqueira de aço, e Glover respondeu que sim. E então, sem nenhuma inspeção, o guarda o liberou.

Eles não o fizeram tirar as botas. Não o haviam apalpado nem feito perguntas comprometedoras. Ele fora liberado, e não houvera consequências. Naquele momento, Glover se deu conta de que as revistas com o detector de metais eram uma mera formalidade. Não eram medida de segurança, apenas um teatro, um espetáculo cujo objetivo era não pegar ladrões de verdade, mas intimidar quem quer que tivesse a intenção de tentar roubar da fábrica. E os seguranças mal pagos responsáveis por esse teatro estavam tão entediados quanto todo mundo. Se Glover conseguisse enfiar os CDs dentro das botas, poderia sair com eles.

Porém eles não cabiam dentro das botas. Quase cabiam, mas eram maiores. Entretanto, a semente havia sido plantada, e nos meses seguintes, enquanto esperava pacientemente na fila para sair da fábrica no fim do turno, ele acabou prestando atenção nelas: fivelas de cinto. Eram a marca registrada da moda na Carolina do Norte. Todo mundo na fábrica as usava. Os caras brancos usavam grandes medalhões ovais com as estrelas e as faixas da bandeira confederada. Os negros usavam placas com folhas douradas e imitações de diamantes que formavam a palavra "boss" [chefe]. Os hispânicos usavam fivelas temáticas do Velho Oeste, com crânios de búfalos de chifres compridos e detalhes dourados. Até as mulheres usavam as fivelas. Elas sempre disparavam os detectores, mas os guardas nunca pediam que as tirassem.

A solução era esconder o CD dentro da luva, esconder a luva dentro da trituradora, pegar a luva e enfiá-la embaixo do cinto, apertá-lo até a bexiga doer, posicionar a fivela imensa na frente do CD, cruzar os dedos e ir em direção à porta giratória — e, se fosse selecionado para uma revista, demonstrar muita tranquilidade quando o detector disparasse. Glover enfim entendera. Era assim que os roubos aconteciam.

A partir de 2000, Glover tornou-se o maior responsável pelo vazamento de músicas antes do lançamento no mundo. Ele estava bem posicionado na Universal — a orgia da consolidação na diretoria corporativa levou a um fluxo surpreendente de sucessos na fábrica. Semanas antes de qualquer pessoa, Glover tinha os álbuns mais esperados do ano literalmente ao seu alcance. Kali fazia o papel de controlador, passando horas a cada semana on-line acompanhando a confusa agenda de novos acordos, aquisições, vendas e contratos de prensagem que determinava qual CD seria prensado quando e onde. Quando Kali via algo que queria sob a responsabilidade da Universal, avisava a Glover. Os dois conversavam por telefone toda semana para

determinar em que momentos os vazamentos precisavam ocorrer.

Com entregas marcadas em locais distantes da fábrica, Glover comprava os CDs que gravaria para os contrabandistas. Depois do trabalho, voltava para casa e usava o software que Kali havia lhe fornecido para fazer cópias digitais desses álbuns no PC. Em seguida, as convertia em mp3 e enviava para Kali.

O processo de conversão era preciso. A Scene era bem organizada, e os padrões do que constituía um arquivo "oficialmente" pirateado eram rígidos. O documento que descrevia a metodologia de codificação e distribuição dos arquivos mp3 da Scene tinha mais de cinco mil palavras e havia sido escrito por um conselho supremo de pirataria pela internet, que teve a audácia de adotar o nome de "outra RIAA".[1] O documento especificava padrões de qualidade, descrevia convenções para nomear arquivos, dava orientações para evitar vazamentos duplicados, entre outras coisas. Era a versão underground dos padrões do MPEG, um verdadeiro código dos piratas.

Glover deixava a parte técnica do trabalho para Kali. Ao contrário de muitos participantes da Scene, ele não estava interessado nas complicadas discussões sobre os méritos relativos das taxas de bits constantes e variáveis.[2] Ele só fornecia os CDs e, depois que os ripava e transmitia os dados, geralmente ouvia um CD roubado uma ou duas vezes antes de enjoar dele. Quando se cansava de um, enfiava-o em uma bolsa preta que escondera no closet do quarto.

Em 2002, a bolsa já continha mais de quinhentos CDs, representando quase todos os grandes lançamentos a terem passado pela fábrica de Kings Mountain. Glover já tinha vazado *500 Degreez*, de Lil Wayne, *Chronic 2001*, de Dr. Dre, e *The Blueprint*, de Jay-Z. Ele vazou *Rated R*, do Queens of the Stone Age, e *Away from the Sun*, do 3 Doors Down. Vazou Björk. Vazou Ashanti. Vazou Ja Rule. Vazou Nelly. Vazou *Take Off Your Pants and Jacket*.

Os vazamentos de Glover não foram todos os grandes sucessos — ele não tinha acesso a ídolos do público feminino moderno, como Celine Dion e Cher. Mas foram os mais buscados entre o público que realmente importava para seu negócio: a geração Eminem. O típico integrante da Scene era do sexo masculino, obcecado por computadores, tinha entre quinze e trinta anos, era irresponsável, estava com os hormônios a toda e flertava com a criminalidade on-line. Kali — cujos artistas favoritos eram Ludacris, Jay-Z e Dr. Dre — era o exemplo perfeito. O auge de Kali veio em maio de 2002, quando Glover vazou *The Eminem Show* 25 dias antes do lançamento. Apesar de ele ter se tornado o álbum mais vendido do ano, o rapper foi

forçado a remarcar a turnê.

Cada lançamento da Scene era acompanhado por um "NFO" (pronuncia-se "info"), um arquivo de texto em arte ASCII que era a assinatura do grupo. Os arquivos NFO eram a forma que os grupos da Scene tinham de se gabar do seu sucesso, citar parcerias importantes e convocar recrutas em potencial. Também continham as especificações técnicas e eram usados pelos arquivistas da Scene para evitar a duplicação dos lançamentos. Uma amostra NFO do Rabid Neurosis continha as seguintes informações emolduradas por fumaça psicodélica emanando de uma folha de maconha na parte de baixo:

> O Time Rns Apresenta
> Artista: Eminem
> Título: The Eminem Show
> Selo: Aftermath
> Ripper: Team RNS
> Gênero: Rap
> Taxa de bits: 192 kbps
> Tempo: 1hr 17min
> Tamanho: 111.6 mb
> Data de lançamento: 04-06-2002
> Data da ripagem: 10-05-2002

A linha mais importante era a da data da cópia, que estabelecia a primazia do vazamento do RNS. O próprio Kali redigiu muitos desses arquivos, e seu tom era sarcástico e agressivo, desafiando tanto os grupos de compartilhamento rivais quanto os próprios artistas. Para *The Eminem Show*, ele finalizou com uma pergunta: "Quem mais vocês achavam que conseguiria?"

Quando Kali via um álbum que queria muito, começava a telefonar incessantemente para Glover. Ficava impaciente e impulsivo, e às vezes um pouco irritadiço. Quando Kali enchia muito o saco, Glover demorava a vazar o álbum de propósito. Sabia que Kali precisava dele, e que seria quase impossível encontrar outra pessoa com uma posição tão boa na cadeia de abastecimento.

Mas, afinal, *quem era* Kali? Glover não tinha certeza, mas à medida que o relacionamento dos dois se desenvolveu ele criou um perfil hipotético a partir de vários detalhes. Em primeiro lugar, o código de área do celular dele era 818: ou seja, Califórnia, mais especificamente região de Los Angeles. Depois, havia uma voz que Glover de vez em quando ouvia ao fundo durante os telefonemas: ele suspeitava que era

a mãe de Kali. Havia ainda a maconha desenhada em arte ASCII, que servia de emblema oficial do RNS: Glover percebia quando Kali telefonava chapado. O detalhe mais surpreendente era como Kali imitava o jeito afetado de falar dos rappers: só ele chamava Glover de "Glover D" e dizia que não gostava de gente branca. Ninguém mais o chamava assim. A voz do outro lado do telefone tentava soar descolada, durona, mas Glover não comprava essa.

Na verdade, achava arrogante. Glover podia ser negro, podia ser um pirata, mas isso não fazia dele um criminoso. Era honesto na época. Tinha uma voz grave com um sotaque do Sul rural. Morava numa cidade pequena, gostava de pescar e ia sempre à igreja. Nos fins de semana, corria com um quadriciclo pela lama dos Apalaches. Sim, gostava de Tupac — e quem não gostava? Mas também gostava de Nickelback e havia crescido dirigindo um trator. Seus amigos o chamavam de "redneck negro", gíria para brancos humildes da zona rural que ficavam com pescoço vermelho do sol.[3]

Por isso, quando Kali agia assim, Glover não conseguia deixar de revirar os olhos em sinal de desprezo. Ele mesmo deixara essa postura de lado anos antes. Não tinha nada contra brancos: sua namorada, Karen Barrett, era branca, assim como o amigo Tom Dockery e vários membros do Quad Squad. Glover achava que o jeito de falar de Kali era um truque para estabelecer uma solidariedade racial baseada no que Kali *pensava* ser a América negra. Embora Kali provavelmente não fosse branco, Glover sabia que ele também não era negro — sua linguagem hip-hop era afetada demais.

Glover decidiu investigar. Ele digitou o nome "Kali" em um site de busca, que retornou uma imagem da Deusa da Morte hindu, com pele escura e quatro braços. Será que o cara do outro lado da linha era do Sul Asiático, talvez indiano? Caso estivesse certo, Glover tinha uma imagem muito estranha de Kali: o deus hindu do vazamento, um branco de origem indiana metido a negro que estava sempre doidão e morava com a mãe no Valley.

Esse era o cara no topo da pirâmide, e Glover e Dockery tinham o distinto privilégio de responder diretamente a ele. Só que essa precedência na hierarquia do comando tinha seu preço: Glover não podia interagir com outros membros do grupo. Tal proibição estendia-se também ao outro líder do grupo, um cara que havia sido promovido à posição de "coordenador das ripagens" após anos de serviços prestados. Seu apelido on-line era "RST", mas seu nome verdadeiro era Simon Tai.

Tai vivia em um mundo diferente do de Glover e Dockery. Estudava

biologia em uma das universidades mais importantes dos Estados Unidos e viera de uma família abastada. Fora criado no sul da Califórnia e havia se matriculado na Universidade da Pensilvânia em 1997. Como calouro no campus com uma conexão de internet T1, observava o RNS de fora. Impressionado com as atividades do grupo, começou a se perguntar como poderia contribuir. Depois de ter passado quase um ano frequentando o canal de bate-papo e de ter concluído várias tarefas técnicas secundárias, Tai recebeu um convite.

Ao mesmo tempo, ele se candidatou à vaga de DJ da estação de rádio da faculdade. Durante dois anos, Kali esperara pacientemente enquanto Tai subia no grupo. Ele havia cultivado em Tai um interesse pelo rap e o orientara a fazer conexões com pessoas que trabalhavam na promoção dos álbuns de gravadoras importantes. Por fim, no ano 2000, agora um veterano confiável de 21 anos, Tai foi promovido a diretor musical e recebeu a chave do escritório da rádio. Tinha então acesso direto não supervisionado aos CDs promocionais recebidos das gravadoras. Todos os dias, checava a correspondência da rádio, e sempre que alguma coisa boa chegava corria até o quarto no dormitório da faculdade e fazia upload do álbum o mais rápido possível. A vitória às vezes se dava em questão de segundos.

Naquele ano, Tai conseguiu fazer dois vazamentos importantes seguidos: *Back for the First Time*, de Ludacris, e *Stankonia*, do Outkast. Esses álbuns foram marcos que mudaram o foco regional no rap de Nova York para Los Angeles e Atlanta e representaram grandes conquistas para o RNS. Kali estava em êxtase com seu aprendiz, e com o tempo Tai percebeu que estava sendo preparado para substituí-lo. Sua promoção para a coordenação das cópias era o equivalente no submundo à posição na rádio do campus, e ele logo estava dando ordens aos subalternos no RNS. Kali começou a incluí-lo em discussões com os líderes dos outros grupos da Scene, e ele passou a receber informações privilegiadas sobre a localização e a administração dos topsites do grupo e até a conhecer outros membros pelos nomes verdadeiros.

Nos dois anos que se seguiram, Tai administrou os responsáveis pelos vazamentos do RNS. Junto com Kali, ele acompanhava meticulosamente as agendas de distribuição das grandes gravadoras, orientando suas fontes a ficarem alertas para a chegada de álbuns quentes. Combinar fontes a álbuns era uma ciência inexata, em particular porque o RNS tinha um escopo internacional com potencial em todos os níveis.

Primeiro, havia os DJs das rádios, que podiam dar acesso aos

respectivos gêneros das estações: “MistaEd”, de Baltimore, dava acesso ao hip-hop underground; “BiDi”, na Georgia, dava acesso aos grandes sucessos do R&B; o “DJ Rhino”, em Minnesota, dava acesso ao rock independente.

Em seguida, havia os jornalistas especializados em música da Inglaterra, “Ego_UK” e “Blob”. Como Tai, eles contavam com conexões no setor promocional das grandes gravadoras e se concentravam em todos os artistas do rap que a Universal não havia conseguido contratar. Seu maior feito foi o disco de estreia “perdido” de 50 Cent, *Power of the Dollar*, cujo lançamento havia sido marcado para 2000 pela Sony, mas foi cancelado depois que atiraram no rapper. Nunca lançado oficialmente, coube ao RNS trazer o álbum à tona.

E havia os japoneses. A presença do RNS no Japão era obrigatória, pois havia álbuns lançados no país uma ou duas semanas antes da data de lançamento americana. E, mesmo quando os lançamentos eram simultâneos, as edições japonesas costumavam conter raridades em faixas bônus que atraíam os colecionadores da Scene. Tai contava com “kewl21” e “x23” — um expatriado e um nativo — para fornecer o material.

Por fim, havia os rippers das terças. Eles eram a infantaria do grupo, gastando o próprio dinheiro para comprar músicas legalmente no dia em que surgiam nas lojas. “RL”, “Aflex” e “Ziggy” não podiam nem ser chamados de “vazadores”, pois eram só entusiastas. Seu nível de acesso era o mais baixo, e Tai os orientava a pegar o que quer que os níveis mais altos deixassem escapar.

Em 2002, Kali propôs deixar a liderança para Tai. Agora com 23 anos, Tai concluíra a faculdade e sofria o mal de todo recém-formado. Ainda morava perto do campus e trabalhava no departamento de TI da faculdade. Havia deixado a posição na rádio logo depois da formatura, mas conseguira ficar com a chave do escritório. Agora também tinha um laptop, e à noite entrava escondido lá para copiar os CDs promocionais.

Era uma oferta tentadora, mas, por alguma razão, Tai não aceitou. Anos mais tarde, ele se esforçaria na tentativa de lembrar o motivo. Não era bem medo — naquela idade, ele ainda se sentia invencível. Além disso, havia se tornado amigo íntimo de Kali, com quem conversava todos os dias. O grupo fizera Tai se sentir aceito, e ele marcaria presença por anos nos canais de bate-papo. Contudo, seja qual tenha sido a razão, aos 23 anos ele preferiu se aposentar e recebeu o título de “vazador emérito”.

E, mesmo com sua posição privilegiada de confiança, Tai não fazia

ideia da existência de Dell Glover. Sabia vagamente de Dockery e estava ciente de que o grupo às vezes recebia vazamentos de dentro da fábrica da Universal. Mas não tinha nenhum conhecimento da presença calada de "ADEG", que era o bem mais valioso do grupo. Tai supervisionou os responsáveis pelos vazamentos por dois anos e quase chegou a liderar todo o grupo, mas até ele foi deixado no escuro. O maior feito de Kali era um segredo que ele guardava apenas consigo.

Kali dizia a Glover que fazia isso para protegê-lo, mas Glover não acreditava. Ele suspeitava que a verdadeira razão para Kali mantê-lo isolado era que ele não queria um rival tentando ocupar sua posição na Scene. Glover, porém, dançava conforme a música, pois também precisava de Kali. Era difícil estimar, mas em qualquer período o número de membros da Scene provavelmente não passava da casa dos dois mil. Com sua rede mundial de infiltrados vazando música, Kali era a elite das elites, estava quase no topo. Havia ajudado a estabelecer os próprios padrões de vazamento dos mp3. Valia a pena ser uma fonte de Kali, por mais dor de cabeça que isso pudesse dar. Um típico pirata da Scene, subornando funcionários e crackeando software, costumava receber senhas para apenas três ou quatro topsites. Em 2002, Glover tinha acesso a doze.

Ele usava esse acesso para filmes pirateados. O comércio crescente deles igualava-se à ascensão das músicas pirateadas, e em 2001 foi lançado o gravador doméstico de DVD. A mudança do VCD inferior para o DVD com qualidade comparável à das videolocadoras provocou uma explosão no negócio de Glover. Ele montou outra torre para substituir a primeira, com sete gravadores de DVD no lugar dos de CD. Além disso, atualizou a conexão de internet de satélite para banda larga. Glover baixou os filmes mais populares dos últimos anos dos servidores da Scene para o seu PC, em seguida fazendo 24 cópias de cada. Imprimiu os títulos dos filmes em etiquetas que eram fixadas nos DVDs. Para cada filme, também imprimiu uma capa em cores, colocando-as em um álbum de fotos para improvisar um catálogo. Assim, os clientes selecionavam os filmes que queriam apontando para as miniaturas dos cartazes e ele os retirava do "estoque" no porta-malas.

Glover formava sua base de clientes com muito cuidado. Estava vendendo contrabando e precisava confiar nas pessoas que compravam os DVDs. Começou com os colegas da fábrica de Kings Mountain. Em seguida, passou para as barbearias e os clubes locais. Não demorou muito para começar a fazer turnos diários no estacionamento de uma loja de conveniência perto da sua casa. Glover

ficou conhecido na região do Condado de Cleveland como o "cara dos filmes". Por 5 dólares, ele vendia um DVD do *Homem-Aranha* semanas antes de estar disponível na Blockbuster e talvez até antes de sair nos cinemas. E não foi só *Homem-Aranha*: *Gangues de Nova York*, *Driblando o destino*, *Toy Story 2*, *O chamado*, *Ritmo total*... qualquer filme que tivesse feito sucesso nos últimos cinco anos. E, se quisessem algo mais obscuro — por exemplo, alguma coisa mais artística que ele não tivesse de imediato —, ele costumava atender ao seu pedido no dia seguinte.

O custo-benefício era irresistível para os clientes. Os negócios floresciam à medida que Glover superava a concorrência legítima com melhores preços e maior variedade, com a oferta de propriedade irrestrita sem taxas adicionais. Glover fechou um acordo semelhante ao de um cartel com Dockery para que ele lhe fornecesse filmes de segmentos específicos do mercado e, no início de 2002, estava vendendo entre duzentos e trezentos DVDs por semana, muitas vezes ganhando mais de 1.000 dólares em dinheiro. Ele comprou um segundo computador e mais um gravador só para atender à demanda. Embora soubesse que o que fazia era ilegal, Glover achava que havia tomado todas as precauções para estar acima de qualquer suspeita. Todas as transações eram feitas pessoalmente, ele não mantinha registros e nunca depositava no banco o que ganhava. Além disso, recusava-se a vender música. A fábrica da Universal não produzia DVDs, e a Scene era tão obscura que ele tinha certeza de que seus clientes não entenderiam de onde vinha o suprimento.

Ainda assim, ocultava de Kali essa atividade paralela, pois tinha certeza de que ele não aprovaria. A paranoia de Kali era justificada. Desde a virada do milênio, o FBI e a Interpol vinham fechando o cerco ao redor da Scene com uma investigação abrangente chamada Operação Buccaneer. Em 2001, uma armadilha internacional havia rastreado quase setenta membros do RiSC_ISO, um grupo de pirataria de DVDs e software. Prisões foram feitas em mais de dez países, com agentes do FBI invadindo dormitórios da Duke, do MIT e da UCLA e prendendo até mesmo quatro funcionários da Intel que usavam servidores da empresa para armazenar arquivos pirateados. Kali procurou todas as informações disponíveis sobre a investigação em documentos jurídicos postados on-line para acesso público. Parecia que a polícia federal havia aberto o próprio topsite, que chamaram de "honeypot" [pote de mel]: uma coleção atraente de arquivos que *parecia* um repositório seguro de arquivos da Scene, mas *na verdade* registrava o IP de qualquer pessoa que o usasse e mandava a

informação para o Hoover Building e a Scotland Yard. As sentenças iam de um a cinco anos.

Glover tivera a sorte de não cair na armadilha. Ele nunca havia acessado nenhum servidor do RiSC_ISO e devia isso a Kali, que sempre achou que o grupo estava procurando problema. O RiSC era um grupo atípico na Scene, um ajuntamento heterogêneo e indisciplinado de operadores que não eram confiáveis e que o FBI suspeitava terem vínculos com o crime organizado fora da internet. A Operação Buccaneer confirmou essas suspeitas: a Interpol encontrou evidências de que o RiSC havia intermediado a venda de software pré-lançamento para grupos criminosos da Europa Oriental e da Rússia.

A Scene seguia um princípio antigo que proibia a venda do material vazado. A cultura estabelecia uma distinção entre o compartilhamento de arquivos on-line e a pirataria visando lucros financeiros. O sistema fechado dos topsites era visto como um sistema informal de cooperação e troca, um sistema que podia ser moralmente indulgente, mas que talvez não fosse sequer ilegal. A pirataria física, por outro lado, era vista como uma quebra séria de princípios éticos — e, pior ainda, gerava muita concorrência.

No aspecto moral, talvez fosse um argumento um pouco distorcido; do ponto de vista legal, ele estava completamente equivocado. Todavia, era um princípio ao qual os participantes da Scene se atinham, e as proibições culturais contra o uso dos topsites para o lucro financeiro eram fortes. Na verdade, a filiação ao RNS acarretava perdas financeiras para grande parte dos membros. Eles gastavam centenas de dólares por ano em CDs e milhares em servidores e banda larga, e o que recebiam em troca não era de muita utilidade pessoal.

Glover era a exceção. Depois das prisões da Operação Buccaneer, Kali avisou a todos que qualquer suspeito de estar vendendo material dos topsites seria expulso do grupo. Dockery seguiu as ordens; Glover, não. Ele sabia que não seria expulso. Sua posição era única. Com o fim da relevância de Tai e os artistas de rap do Sul crescendo dentro da Universal, Kali só poderia contar com Glover.

Os executivos da Universal haviam percebido a mudança regional no gosto das pessoas e, depois de terem perdido o Outkast, agora trabalhavam agressivamente para dominar o resto da região. A pedido do empresário de rap Russell Simmons, Doug Morris havia assinado com a lenda de Houston Scarface, ex-membro dos Geto Boys, e o nomeou diretor do novo selo Def Jam South. Scarface retribuiu o favor quase de imediato ao assinar com um jovem DJ de rádio de Atlanta chamado Ludacris. Combinando ritmos dançantes com trocadilhos

ousados, Ludacris não demorou para conquistar a posição de rei das festas do novo milênio, e o compacto "What's Your Fantasy" havia se tornado o hit do verão e dominado as rádios.

Ludacris era o rapper favorito de Kali, e a ordem para o RNS era sair na frente no vazamento de todos os lançamentos da Def Jam South. Nas semanas que antecederam o lançamento do segundo álbum de Ludacris, *Word of Mouf*, em novembro de 2001, Kali começou a telefonar para Glover todos os dias para checar se ele já havia conseguido vazar o CD. Havia dias em que ligava duas vezes. Glover ficou irritado e achou que, como de costume, Kali estava tratando-o como um empregado. E não era só isso: ele não gostava do som de Ludacris. Depois de conseguir tirar o álbum da fábrica, jogou-o na bolsa preta dentro do closet e deliberadamente o deixou lá por uma semana antes de colocá-lo on-line. Mesmo com essa demora, o RNS liberou *Word of Mouf* para download na Scene 24 dias antes do lançamento oficial.

O próximo título importante da Def Jam South foi o álbum do próprio Scarface, *The Fix*. Com lançamento marcado para agosto de 2002, mais uma vez Kali começou a telefonar sem parar para Glover, insistindo que deviam vazar o álbum o mais rápido possível, talvez até em junho. Embora mais uma vez irritado, Glover cedeu e enviou o álbum assim que pôs as mãos nele. *The Fix* chegou à internet no dia 15 de julho, 22 dias antes da data marcada para sua chegada às lojas.

No dia seguinte, a fábrica de Kings Mountain convocou uma reunião geral. O comparecimento era obrigatório. Diante de milhares de funcionários, o chefe holandês foi direto ao ponto: uma cópia completa do álbum de Scarface, *The Fix*, fora encontrada em um servidor da Universidade Duke. Como ele foi parar lá? Tinha acabado de sair da linha de embalagem no dia anterior e ainda nem havia saído do depósito. "Um de vocês deve tê-lo tirado da fábrica. Quero que nos diga quem foi. Você pode fazer isso anonimamente se preferir. Não faremos perguntas."

Kali havia sido um idiota. No impulso de sair na frente entre os grupos de pirataria, vazou o álbum cedo demais, e a Universal conseguiu identificar a fonte. Glover quase entrou em pânico. Em lados opostos do chão da fábrica, ele e Dockery rapidamente trocaram olhares nervosos. Talvez a única coisa que permitiu que ele não fosse pego ali mesmo tenha sido seus modos lacônicos naturais.

Depois disso, durante uma conversa, o grupo das fivelas garantiu que não iria dedurá-lo. Eles também não queriam perder o emprego, mas não eram a única preocupação de Glover. Ele estava começando a

ouvir perguntas ao redor da fábrica indagando de onde exatamente aqueles filmes pirateados estavam vindo. Suspeitava que a gerência da fábrica havia colocado as mãos em algum DVD de sucesso. Glover deveria ter percebido que era uma má ideia vender filmes para seu supervisor. Contudo, ele concluiu que era melhor não confrontar nem alertar os clientes — que, por sua vez, pareciam estar evitando-o. Se tivesse sorte, o pacto de silêncio implícito poderia salvá-lo.

Cinco dias depois da reunião, um dos principais fornecedores de Glover foi pego. O regime de segurança de Van Buren havia flagrado um trabalhador temporário chamado Chaney Sims quando o detector de metais disparou ao passar pelo CD que ele escondera na camisa. Ele foi preso ali mesmo e acusado de apropriação indébita.[4]

Glover estava enrascado. Sua ocupação paralela sem dúvida havia se tornado perigosa. Sims era parte do seu time, e, se cooperasse com a polícia, toda a operação seria desmantelada. Caso os policiais se aproximassem dele, a única opção de Glover seria ficar calado e rezar para só perder o emprego. Mesmo que isso não acontecesse, todos sabiam que ele tinha um relacionamento próximo com Sims e com certeza tinha informações sobre o vazamento de Scarface. Sua maior esperança agora era que os investigadores se concentrassem na Duke. Isso desviaria sua atenção, já que nem Glover nem o RNS tinham nenhuma conexão com a universidade. Glover não fazia ideia de como *The Fix* havia ido parar no servidor do campus, nem queria saber. Ele só sabia que precisava encerrar seu negócio.

Depois do trabalho, telefonou para Kali e deu a má notícia. Haviam passado dos limites. Vazaram cedo demais e agora o cerco estava se fechando. Durante a conversa, Glover colocou toda a culpa em Kali, evitando mencionar o comércio de DVDs. A discussão ficou acalorada. Glover anunciou que deixaria o RNS definitivamente e em seguida desligou. Kali telefonou de volta, mas ele não atendeu. Glover dirigiu para casa e enfiou todos os DVDs piratas no porta-malas do carro. Ele tinha duas torres cheias de mercadorias, mais de seiscentos filmes, totalizando quase 3 mil dólares. No meio da noite, dirigiu até os limites de Shelby e jogou tudo no lixão da cidade.

CAPÍTULO 12

Em 2003, o rap tinha caído no gosto do público. Músicas do gênero dominavam o Top 40, tocando em boates e festas universitárias. No ano anterior, *The Eminem Show* fora o álbum mais vendido nos Estados Unidos — era a primeira vez que um rapper conquistava o posto. O rap superara o rock como o gênero musical mais forte e importante de sua época, e Eminem viria a se tornar o rapper de maior vendagem de todos os tempos. Sob a liderança de Morris, a Universal havia alcançado o domínio total do gênero.

O lado positivo dos rappers era o fato de serem obcecados por dinheiro. Eles falavam sobre dinheiro, pensavam em dinheiro, escreviam músicas sobre dinheiro e até o jogavam no ar. As negociações dos contratos eram dificílimas, mas, uma vez assinados, os rappers eram trabalhadores incansáveis, gravando um álbum atrás do outro. E, ao obterem sucesso, passavam a atuar também como caça-talentos. Contratar um rapper criador de hits desencadeava uma reação em cadeia que levava a dezenas de outros hits. Nessa época, os artistas de maior destaque sob a tutela de Morris tinham surgido de contratos fechados por ele anos antes: a aquisição da Interscope em 1996 lhe dera Dr. Dre, que o levara a Eminem em 1998, e este, por sua vez, o levara em 2002 a 50 Cent, cujo maior sucesso, "In Da Club", faria *Get Rich or Die Tryin'* tomar o lugar de *The Eminem Show* como o lançamento mais vendido do ano seguinte.

E havia mais a caminho. Na gravadora Def Jam, de Nova York, Kanye West, o protegido de Jay-Z, dava os retoques finais em seu álbum de estreia, *The College Dropout*. Já na Def Jam South, em Atlanta, com *Chicken-N-Beer*, Ludacris se firmava como a voz mais consistente da indústria em termos de entretenimento. E ainda tinha Nova Orleans, onde Mannie Fre produzia o álbum de retorno de Lil Wayne, *Tha Carter*.

Ele até podia ser um cara branco de 64 anos, mas Doug Morris mandava no negócio do rap. Vinha tendo sucessos seguidos com o selo da Interscope que ele passara mais de uma década divulgando. A Universal Music nem sequer existia oito anos antes. Agora, detinha mais de um quarto do mercado global e era a maior gravadora da face

da Terra. Morris deveria ter sido uma lenda no seu tempo, tal como fora seu mentor, Ahmet Ertegun. Deveria ter sido famoso, com um perfil bem elogioso na *New Yorker*. Deveria ter sido, como diria com seu indefectível sotaque de Long Island, "*yooge*" ["huge", gigantesco].

Mas não seria assim. O negócio do rap estava em expansão, porém o da música encolhia ainda mais depressa. A pirataria estava acabando com as vendas da indústria e, desde o pico em 2000, as vendas de CDs tiveram uma queda de 30%. Apesar do crescimento impressionante de sua participação de mercado, não havia nada que a Universal pudesse fazer para estimular o aumento das vendas. Nas outras gravadoras se desenrolava um massacre. A Tower Records beirava a falência. O selo Columbia, da Sony, estava em guerra contra a própria divisão de eletrônicos. A EMI estava afogada em dívidas. A Bertelsmann colocara seus ativos da área musical à venda.

E também tinha a AOL Time Warner. Os antigos chefes de Morris presidiam um desastre titânico: em abril de 2002, a companhia anunciara uma perda de 54 bilhões de dólares, a maior da história americana. Tecnicamente, fora uma "perda por desvalorização da rentabilidade futura". Essa era a forma de um contador dizer que haviam pagado muito caro por algo — nesse caso, o valor absurdo dado pela America Online, adquirida no auge da bolha das pontocom. Até a revista *Time* explicara a perda como "um bando de marinheiros bêbados sofrendo com a ressaca".[1] O Warner Music Group era apenas um crustáceo no casco do navio que afundava.

Não que a situação na Vivendi fosse muito melhor. Em julho de 2002, as agências de classificação de risco reduziram as ações da empresa a lixo após dez anos de investimentos equivocados em tecnologia também a levarem a registrar uma grande desvalorização da receita futura no capital acionário. A corporação estava perdendo dinheiro, e Jean-Marie Messier, o mentor da aquisição da Seagram, foi expulso pela diretoria. Logo o vice-presidente, Edgar Bronfman Jr., também seria mandado embora. Eles foram substituídos por Jean-Bernard Lévy, um empresário respeitado e prudente a quem coube estancar o sangramento. Precisando levantar capital com rapidez, Lévy providenciou a venda da companhia de abastecimento de água e de instalações de engenharia ambiental da Vivendi e começou a procurar outras coisas de valor para vender.

A notícia se espalhou. Em 2003, Steve Jobs fez uma oferta não solicitada para comprar a Universal da Vivendi. Ele queria o catálogo da gravadora. Queria ter seu próprio selo musical. Acima de tudo, queria Morris. Este, por sua vez, ficou interessado, porém a decisão

não lhe cabia. A Vivendi rejeitou a oferta. Mesmo pressionados pelos credores, que cobravam liquidez, e com os lucros da indústria fonográfica começando a sofrer uma queda acentuada, consideravam o Universal Music Group e Morris ativos essenciais.

Jobs era um aficionado por música que às vezes comparava sua empresa aos Beatles, e a tentativa de adquirir a Universal fazia parte de uma estratégia mais abrangente. Desde 2002, ele telefonava sem parar para Morris, tentando convencê-lo a embarcar em sua nova ideia da iTunes Store, que venderia músicas por 99 centavos pelo iTunes. As músicas seriam distribuídas para os novos dispositivos iPod, que de repente pareciam onipresentes. Desde o lançamento no final de 2001, o sucesso do iPod pegara todo mundo de surpresa, até os executivos da Apple envolvidos no seu desenvolvimento. Eles tinham subestimado o volume crescente de arquivos mp3 pirateados sendo criados e quão valiosos estes haviam se tornado por serem portáteis.

Como Morris, Jobs estava no meio de seu segundo ato. Em 1985, fora forçado a deixar a companhia que fundara e em meados dos anos 1990 tivera um retorno glorioso. Ele era um gênio do design, do marketing e da administração, e, embora não fosse a pessoa mais querida do mundo, sua visão do futuro da tecnologia era arrebatadora. O mais importante de tudo: ele entendia que, em uma economia pós-escassez, as pessoas tendiam a atribuir um grande significado pessoal às suas decisões de compra. Ele encorajava justamente o tipo de "sentimentalismo" rejeitado por engenheiros como Karlheinz Brandenburg. No final das contas, tal atitude o transformaria no empresário símbolo de sua época.

Jobs fazia tudo ao seu alcance para encorajar os downloads legais pagos. Como Brandenburg e Morris, fizera fortuna graças à propriedade intelectual (embora nem sempre esta fosse *sua*). Jobs pensara o iPod como um complemento da iTunes Store e incentivara a troca do formato mp3 pelo AAC na tentativa de reduzir a portabilidade e o valor disseminado da base de arquivos mp3 pirateados. Apesar de tudo isso, a ascensão da Apple como líder do mercado nos anos 2000 se dera, pelo menos no início, ao fato de a empresa praticamente lavar o dinheiro oriundo dos espólios do Napster. Se a pirataria de músicas era o equivalente dos anos 1990 ao uso de drogas ilegais, a Apple tinha inventado o vaporizador.

Era por isso que, em 2003, a balança do poder ainda pendia para as grandes gravadoras. Jobs precisava de Morris. Precisava de legitimidade. Acima de tudo, precisava do rap — era inviável ter uma loja de músicas sem Eminem ou 50 Cent. Mas Morris precisava de

Jobs? Por um bom tempo ele ficou na dúvida. Morris não podia deixar de notar a capacidade de armazenamento de quarenta gigabytes do iPod, o bastante para comportar mais de dez mil músicas.[2] Será que as pessoas pagariam 9.900 dólares para enchê-lo? Era improvável. Em vez disso, o aparelho favorecia a pirataria digital ao tornar o uso do mp3 mais conveniente. Se o iPod se tornasse onipresente — o que parecia certo —, o mp3 deixaria de ser um produto inferior ao CD.

Os dois iniciaram um longo e às vezes cáustico flerte. Eles eram verdadeiros opostos. Morris acreditava no poder da pesquisa de mercado e estava disposto a deixar os consumidores lhe dizerem o que vender. Já Jobs encarava a pesquisa de mercado com ceticismo e certa vez disse a um repórter da *BusinessWeek* que "as pessoas não sabem o que querem até mostrarmos a elas".[3] Morris se esforçava para que gostassem dele e tivessem coisas positivas a dizer a seu respeito. A personalidade difícil de Jobs era notória, ele costumava magoar até os amigos mais chegados. Morris era o perfeito negociante da Costa Leste, enquanto Jobs era o arquétipo do visionário da Costa Oeste. Entretanto, de alguma forma, os dois se entendiam, e Morris estava sob pressão. O processo movido pela RIAA contra a Diamond Multimedia System envolvendo o dispositivo Rio fora decidido, e o iPod tinha chegado para ficar, independentemente das repercussões. No final de 2002, em uma reunião no escritório de Morris na Universal, Jobs lhe mostrou pela primeira vez o protótipo de uma experiência intuitiva de compra pela web que levaria a distribuição legal de música para as massas, acertando onde a Pressplay, a Blue Matter e uma lista de empreendimentos da Seagram haviam falhado. Jobs lhe prometeu 70 centavos de dólar por cada mp3 — o melhor acordo que Morris provavelmente conseguiria. No início de 2003, ele enfim aceitou a proposta. O site foi ao ar no final de abril, e, pela primeira vez, todas as músicas da Universal estavam disponíveis para download legal e pago.

A iTunes Store foi um sucesso instantâneo. Vendeu mais de setenta milhões de músicas no primeiro ano. No entanto, isso equivalia a apenas 1% da receita total da Universal, e o problema bem maior da pirataria não fora resolvido. O Napster podia ter desaparecido, mas o movimento peer-to-peer tinha chegado para ficar, e havia uma nova geração de jovens que nunca pagara por um CD e que encarava o compartilhamento de arquivos como um direito e o pagamento por músicas como uma forma antiga de clientelismo. Esse era o futuro da música e uma ameaça à existência do negócio de Morris.

À pirataria somava-se o problema recorrente dos vazamentos pré-

lançamento. Qualquer um que já tivesse trabalhado numa loja de discos sabia que terça-feira era o dia mais movimentado, quando novos lançamentos chegavam às prateleiras. A terça-feira era o termômetro da indústria — o equivalente à noite de estreia para a bilheteria de um filme — e metade das vendas de um álbum típico ocorria nas primeiras quatro semanas após o lançamento. No passado, os danos do vazamento de um álbum eram localizados, mas com a tecnologia peer-to-peer um vazamento pré-lançamento podia se espalhar pelo mundo inteiro em questão de horas.

Seguindo o antigo modelo de negócios, o iTunes também lançava a maioria das novas músicas às terças-feiras. Contudo, muitas vezes elas já estavam disponíveis em mp3 semanas antes nos sites peer-to-peer. É óbvio que isso comprometia as vendas e, por alguma razão que Morris não conseguia entender, a Universal parecia mais suscetível do que outras gravadoras a tais vazamentos. Em 2002, surgira a suspeita de que alguém na fábrica de controle rígido da Carolina do Norte vazava músicas — era fato que o álbum de Scarface, *The Fix*, fora vazado de dentro da empresa. Mas havia muitas brechas em potencial na cadeia de abastecimento: lojas de música, DJs, funcionários de depósitos, críticos musicais e até caminhoneiros. Era impossível controlar todos eles.

Qual era o real prejuízo do compartilhamento de arquivos peer-to-peer e dos vazamentos pré-lançamento para as vendas de CDs? Não havia consenso sobre a questão e tinha quem duvidasse que os vazamentos de fato causassem danos. A indústria fonográfica estava sofrendo, porém depois da bolha das pontocom e do 11 de Setembro todas as outras indústrias também enfrentavam problemas. Para cada estudo financiado pela indústria com o intuito de mostrar como o problema era sério havia um estudo contrário defendendo que a pirataria e o vazamento de álbuns não causavam prejuízo algum ou até estimulavam as vendas. No entanto, Morris não aceitava discutir a questão. Ele não precisava ser doutor em economia para saber que se algo podia ser adquirido de graça as pessoas ficariam menos inclinadas a pagar pelo artigo. E, não importava o que os economistas dissessem, uma coisa era certa: vazar música e compartilhar arquivos eram práticas ilegais.

Depois do contrato com a Vivendi, Morris nunca mais teria de se preocupar com dinheiro, porém ele ainda queria cuidar bem de seus artistas. Os piratas on-line estavam envolvidos em uma conspiração contra o meio de sustento deles — uma conspiração para a violação de direitos autorais numa escala histórica. Compartilhar e vazar músicas

não configuravam um estilo de vida, e sim crimes. A política de Morris era processar os envolvidos. A primeira rodada de ações na Justiça não havia resolvido o problema. Talvez fosse necessária uma segunda rodada. Morris e os outros executivos da indústria fonográfica agora discutiam uma estratégia extrema: ir além das empresas e processar os indivíduos que compartilhavam arquivos diretamente.

A equipe jurídica de Morris o aconselhou a seguir esse caminho. Zach Horowitz, diretor de operações da Universal, tinha experiência em direito relacionado à indústria do entretenimento e defendia a estratégia dos processos. Harvey Geller, o principal litigante da Universal, também era a favor e identificou uma série de casos que sabia que poderia vencer. Os dois não perdoavam a violação de direitos autorais; para eles o processo judicial representava uma chance de reconsagrar a natureza da propriedade intelectual e ao mesmo tempo ganhar algum dinheiro. Sabiam que a abordagem provavelmente atrairia críticas da imprensa, mas a viam como um mal necessário com consequências de curto prazo. Morris confiava em Horowitz e Geller e concordou com tais argumentos. Para os três, o mais importante era estabelecer um precedente para mostrar que o compartilhamento de arquivos, a princípio uma prática tão inofensiva, podia ter consequências muito sérias. Para que o capitalismo prosperasse na era digital, o compartilhamento precisava ser penalizado.

Em discussões entre os executivos de gravadoras, os processos eram mencionados como Projeto Hubcap. Em termos de receita, a Universal era a maior delas e a que mais contribuía anualmente para o orçamento operacional da RIAA. Na pressão por medidas judiciais, ela tinha três das Cinco Grandes ao seu lado: a BMG, a EMI e a Sony. Já Roger Ames, à frente do Warner Music Group, argumentava que processar consumidores em potencial não parecia ser uma atitude muito lucrativa no longo prazo. Muitas das gravadoras independentes menores também foram contra. Contudo, o maior opositor foi alguém inesperado: a diretora da RIAA. Para Hilary Rosen, processar quem compartilhava arquivos era uma política desastrosa, que com certeza irritaria os consumidores e poderia manchar a reputação da indústria por décadas. Em uma série de discussões acaloradas com os representantes das gravadoras em 2002 e 2003, ela defendeu sua posição e deixou claro que sob nenhuma circunstância ficaria à frente do Projeto Hubcap.

Ela foi vencida. No dia 7 de setembro de 2003, após dezesseis anos de serviços prestados à organização, Rosen anunciou sua renúncia ao

comando da RIAA. O fato de a diretora da organização que representava a classe pedir demissão em protesto contra a atitude que as gravadoras estavam prestes a tomar foi um sinal do que estava por vir, mas elas não deram atenção. O Projeto Hubcap foi colocado em prática, e os primeiros processos foram abertos. Os alvos eram 261 indivíduos, e a RIAA exigia o pagamento de até 150 mil dólares em danos por cada música. Embora a associação tivesse tentado estabelecer um paralelo moral entre piratear uma música e roubar um CD, a realidade jurídica se mostrou cem mil vezes maior: era uma multa de 1 milhão de dólares por roubar um produto de uma loja.

A divisão antipirataria da RIAA classificou os acusados pelo número de arquivos que haviam subido, estabelecendo um mínimo de mil músicas compartilhadas. A ideia era punir apenas os piores infratores, mas, devido a fatores técnicos, não foi assim que funcionou. O Napster e seus clones tinham como padrão tornar a biblioteca pessoal de um usuário disponível para upload. Os usuários mais espertos muitas vezes desabilitavam essa função, o que fazia com que muitos dos chamados "piores infratores" não passassem de novatos ignorantes. Assim, para aqueles fora da indústria fonográfica, o Projeto Hubcap era arbitrário e violento. A RIAA parecia estar perseguindo pessoas de forma aleatória, pegando endereços de IP de servidores peer-to-peer, como o Kazaa e o LimeWire, e intimando os provedores de internet a fornecerem informações sobre seus clientes. Entretanto, mesmo com essas intimações, a RIAA nunca parecia saber quem estava processando. Seus alvos eram mães solteiras, famílias que não tinham computador, idosos, crianças, desempregados e pessoas falecidas havia meses. Em um caso muito divulgado, a processada foi Brianna LaHara, uma menina de doze anos moradora de um conjunto habitacional de Nova York que baixara, entre outras coisas, a música-tema da série *Family Matters*. Em vez de fazer o lógico — retirar o processo contra uma criança —, a RIAA ofereceu um acordo à pequena Brianna no qual seus pais pagariam 2 mil dólares.

O Projeto Hubcap não era nada popular. As ações judiciais forçaram indivíduos escolhidos ao acaso a pagar pelas ações coletivas de milhões de pessoas. O site da RIAA passou a ser hackeado e bombardeado com ataques contínuos de negação de serviço. Dezenas de artistas, incluindo muitos da Universal, repudiaram os processos e se declararam solidários aos fãs. Comentaristas de tecnologia chamaram as ações de "absurdas", argumentando que, na era do wi-fi e do roubo de sinal, um endereço de IP não podia ser usado como prova cabal. Especialistas em direito referiam-se às ações como

“extorsões”, observando que muitos dos acusados não tinham tempo, conhecimento nem dinheiro para se defender adequadamente no tribunal. A União Americana pelas Liberdades Civis (ACLU) reagiu com uma ação, alegando que as intimações aos provedores eram ilegais e classificando os processos da RIAA como “retaliação”.

A RIAA tinha um termo para se referir aos processos do Projeto Hubcap: eles eram “educativos”.[4]

Anos mais tarde, muito depois de a poeira ter baixado, Doug Morris tentaria subestimar seu papel nessa política desastrosa. Alegaria ter tido um envolvimento pessoal muito pequeno no planejamento e na execução do Projeto Hubcap, além de ter agido sob a orientação de Horowitz e Geller. Talvez fosse verdade. Mas Morris era chefe de Horowitz e Geller. Os processos só poderiam ter sido abertos com sua aprovação. Se Morris — que controlava quase 30% do orçamento operacional anual da RIAA — tivesse se oposto ao Projeto Hubcap, ele nunca teria ocorrido.

Era de entendimento geral, até pelos próprios advogados da RIAA, que os compartilhadores de arquivos no sistema peer-to-peer não eram infratores deliberados — eram apenas adolescentes atrás de músicas. Talvez sua atitude fosse egoísta, mas eles não queriam prejudicar ninguém. O mesmo não podia ser dito dos participantes da Scene, que, do ponto de vista das gravadoras, eram como vândalos dispostos a destruir a indústria fonográfica. Durante a onda de críticas gerada pelo Projeto Hubcap, a Scene permaneceu bem escondida. Mesmo na indústria fonográfica, mesmo entre os especialistas em proteção da propriedade intelectual e direito autoral, *mesmo entre os próprios piratas*, pouquíssimas pessoas sabiam de sua existência.

Mas a RIAA sabia. Por anos, seu grupo secreto antipirataria vinha acompanhando as atividades da Scene. Eles frequentavam as salas de bate-papo e aprenderam a linguagem da subcultura. Não mediram esforços para acompanhar as mudanças nas relações de lealdade e nas diferentes dinâmicas de interação dos cerca de doze grupos dedicados ao vazamento de músicas. A investigação rendeu um banco de dados interno enorme onde eram registrados todos os passos da Scene, com o qual foi possível traçar algo parecido com um mapa epidemiológico tanto das origens do material vazado quanto de sua disseminação pela internet. No final de 2003, a pesquisa apontava continuamente para um bando poderoso: o RNS.

Em janeiro de 2004, a RIAA anunciou Brad Buckles, ex-diretor da Agência Americana para Álcool, Tabaco e Armas de Fogo, como seu novo vice-presidente executivo antipirataria. Ele receberia quase 500

mil dólares por ano em troca de seus talentos investigativos e suas conexões com as forças da lei. Após sua nomeação, o esquadrão antipirataria da RIAA passou a se reunir regularmente com membros do FBI para compartilhar evidências e informações e também para convencer a agência a colocar agentes no caso. Foi por volta dessa época que o FBI abriu seu arquivo dedicado ao RNS. Chamada de Operação Fastlink, a investigação surgiu a partir de informações colhidas pela bem-sucedida Operação Buccaneer, que anos antes processara crackers de software.

O principal agente do caso era Peter Vu, que entrou na agência em 1997 e fizera carreira combatendo crimes cibernéticos. Filho de imigrantes vietnamitas, Vu era uma presença austera e melancólica com uma inteligência e uma dedicação notáveis. Na agência, tinha trabalhado com crimes de chantagens pela internet, fraudes com cartões de crédito e em casos terríveis de exploração infantil. Por causa da profissão, era obrigado a vasculhar os recantos mais sórdidos da internet, e poucos entendiam tão bem quanto ele quão sombrias podiam ser as chamadas “darknets”.

Desse modo, para Vu trabalhar no caso da Scene era quase como tirar férias. Os alvos das operações Buccaneer e Fastlink em geral tinham ficha limpa e em muitos casos chegavam a ficar surpresos ao descobrir que estavam fazendo algo ilegal. Comparados aos tipos de criminosos degenerados e pervertidos investigados por Vu, os bandos de crackers de jogos e vazadores de músicas eram moleza — jovens inteligentes apavorados diante da possibilidade de irem para a prisão e que, quando pegos, costumavam se declarar culpados de cara e cooperar voluntariamente. Por isso, a maioria dos condenados ficava em liberdade condicional e nem os piores infratores passavam mais de um ou dois anos atrás das grades.

Todavia, os danos econômicos causados por eles eram reais, e Vu estava determinado a pôr um fim nisso. Seus agentes passaram a ter encontros regulares com a divisão antipirataria da RIAA para trocar informações e dados sigilosos e discutir o progresso do caso — por menor que fosse. Os canais de bate-papo do RNS eram fechados, e sua estratégia de recrutamento só permitia a entrada de pessoas com um bom tempo de participação em outros grupos, o que dificultava a infiltração. Quem quer que fosse o líder do RNS tinha uma boa noção de segurança operacional, explorando brechas em níveis altos de outras organizações enquanto preservava a sua. Vu trabalhou no caso por anos e por um bom tempo não chegou a lugar algum.

CAPÍTULO 13

Em 2001, Brandenburg e Grill tinham seguido cada um o seu caminho. As taxas de compressão da última geração de produtos psicoacústicos alcançavam limites antes só possíveis na teoria, e os problemas pendentes da área já eram considerados resolvidos. Os dois partiram em busca de outros desafios. Grill, em Erlangen, passou a trabalhar com rádio via satélite, e Brandenburg, em seu novo laboratório em Ilmenau, com som surround.

O MPEG também fazia progressos. A qualidade de vídeo melhorava mesmo com o tamanho dos arquivos diminuindo. Os problemas da indústria fonográfica logo chegaram à indústria cinematográfica, com grupos da Scene se especializando em copiar DVDs e com a gravação de filmes no cinema, fora o surgimento da TV de alta definição. Em pouco tempo, arquivos de filmes da Scene estavam saindo dos topsites e ganhando o mundo.

Os defensores da propriedade intelectual estavam um passo atrás. O fracasso da ação contra a Diamond mostrara que não se podiam tomar medidas legais contra a tecnologia em si. Em vez disso, as indústrias de mídia tinham que atacar os infratores um a um. Inúmeros processos foram abertos contra operadores de redes peer-to-peer, incluindo empresas como Grokster, LimeWire e Kazaa.[1] No final das contas, quem compartilhava arquivos não precisava mais de ajuda para comprimi-los, e sim para distribuí-los.

O Napster, porém, estava arruinado, e os herdeiros de seu império não chegavam nem perto de sua qualidade e alcance. Kazaa, eDonkey, LimeWire, BearShare, Gnutella, Grokster — todas as novas redes peer-to-peer eram repositórios frustrantes de porcaria. Iniciar o download de uma música ou filme nessas redes significava entrar em uma fila atrás de centenas de usuários. O tempo de espera podia ser de horas, às vezes até dias, e durante todo esse período na fila o usuário era forçado a deixar o endereço de IP vulnerável aos advogados loucos por intimações do Projeto Hubcap. Pior ainda, quando enfim o arquivo terminava de baixar, em geral se provava ser uma codificação corrompida de baixa fidelidade ou uma música completamente diferente, ou até uma falsificação deliberada com algum som

extremamente desagradável.[2]

Os empreendedores dos sistemas peer-to-peer tinham pouco incentivo para investir em controle de qualidade. Depois da decisão do processo A&M Records *versus* Napster, não restava dúvidas de que estavam do lado errado da lei, sem esperança de receberem ofertas de conglomerados de mídia. Com as fontes de investimento secando, muitos operadores do espaço peer-to-peer passaram a encher seus aplicativos — que, a princípio, deveriam ser "gratuitos" — com adware do mercado paralelo, infectando os computadores de cidadãos inocentes com propagandas de crédito consignado e medicamentos para aumentar o tamanho do pênis. Obviamente, os investidores não ficaram nada felizes, muito menos os usuários, e por um bom tempo a economia de compartilhamento de arquivos testemunhou um retorno ao submundo do IRC pré-Napster. Contudo, o potencial da tecnologia peer-to-peer ainda era imenso e, mesmo quando os capitalistas conservadores o abandonaram, os programadores talentosos mais idiossincráticos continuaram a explorá-lo. E foi assim que um excêntrico programador de 25 anos em uma *start-up* de vida curta chamada MojoNation acabou usando seu tempo livre para fazer o trabalho tortuoso de reescrever as regras da arquitetura da internet.

Ele se chamava Bram Cohen e deu à sua invenção o nome de BitTorrent. Nascido em Manhattan, Cohen era um excelente programador que em seu tempo livre participava de torneios de matemática. Tinha cabelo comprido e sobrancelha grossa. Falava rápido e com a voz nasalada e também tinha o típico hábito dos geeks de rir nervosamente de coisas nada engraçadas, como as ineficiências da comutação-padrão de pacotes da internet ou a crença ingênua nas velocidades informadas de transferência de arquivos. Sua risada era repentina e em *staccato*, além de sempre parecer forçada. Ao falar, ele balançava o tronco e fugia do contato visual com o interlocutor. Eram sintomas clássicos da síndrome de Asperger, um distúrbio do espectro do autismo do qual ele afirmava sofrer — embora, como o próprio Cohen confessou, o diagnóstico não tivesse sido dado por um profissional, mas sim por suas próprias conclusões.

O cargo de Cohen na MojoNation lhe permitira analisar de perto a mecânica do compartilhamento de arquivos, e o que ele viu era chocante. Digamos que você quisesse baixar um mp3 de "Thong Song" de um clássico site de peer-to-peer. Podia haver milhões de cópias da música no mundo virtual, mas, num site como o Napster ou o Kazaa, só era possível acessar uma de cada vez. Isso não fazia sentido para Cohen. Ele raciocinou que, em vez de combinar os usuários um a um,

seria muito mais inteligente criar um protocolo que combinasse centenas de usuários ao mesmo tempo. Em vez de baixar o arquivo inteiro de "Thong Song" de um único usuário, seria possível baixar ao mesmo tempo um centésimo dele de cada um dos cem usuários. Assim, a transferência do arquivo seria muito mais rápida e talvez até instantânea. E, mesmo antes de concluir o download do arquivo, você poderia simultaneamente fazer o upload da parte já baixada para outros usuários do mundo inteiro.

A lógica serviu de base para a tecnologia do BitTorrent, mas a eliminação das filas de download foi só o início. O ponto mais positivo do torrent foi ter resolvido um dos velhos problemas da internet: o gargalo da transmissão de dados. Historicamente, arquivos populares tendiam a derrubar servidores inteiros quando milhões de usuários se aglomeravam em uma entrada estreita e tentavam forçar passagem. No entanto, o sistema de combinação dos torrents abria centenas de portas ao mesmo tempo, transferindo a pressão antes exercida nos servidores para os indivíduos. Tal inversão do paradigma tradicional da distribuição de arquivos teve uma consequência surpreendente: com os torrents, quanto mais pessoas tentassem baixar um arquivo ao mesmo tempo, *mais rápido* o download se tornava.

A tecnologia era brilhante, mas havia um porém. O torrent precisava ser administrado por um servidor de supervisão chamado "tracker". O tracker de um torrent faria um trabalho muito menos pesado do que uma rede peer-to-peer tradicional e precisaria de muito menos capital para operar. Entretanto, ainda assim, alguém precisava administrá-lo, e, de acordo com o precedente estabelecido pelo caso A&M *versus* Napster, o operador de um tracker era o responsável por policiar o conteúdo dos arquivos apontados pelos torrents. Se um tracker (Deus nos livre) administrasse a transferência de arquivos pirateados, o operador do tracker correria o risco de ser responsabilizado em uma ação cível ou até criminal.

Seguindo o manual do Fraunhofer, Cohen alegou que não tivera a intenção de ter a invenção usada pela pirataria. Como Brandenburg e Grill, ele via a si mesmo apenas como um inventor. Assim como os dois alemães, pagava pelas mídias que consumia. A exemplo dos dois, também queria que sua invenção o deixasse rico. Por outro lado, ao contrário de Brandenburg e Grill, Cohen não tentou fazer fortuna com a propriedade intelectual da invenção. Em vez disso, por achar que poderia ser bem-sucedido como um desenvolvedor de código aberto, ele registrou a tecnologia do BitTorrent sob uma licença de conteúdo livre que garantia seu crédito como autor, mas permitia que qualquer

um, em qualquer lugar, implementasse a ideia de forma gratuita.

Cohen lançou a primeira versão do BitTorrent em julho de 2001 na conferência anual de hackers Defcon, em Las Vegas. A adoção da tecnologia foi lenta. A primeira geração do software de Cohen era pesada e confusa, e a arquitetura do BitTorrent era uma ruptura tão radical em relação ao protocolo tradicional da internet que até aqueles com conhecimentos técnicos avançados tinham dificuldade de entendê-la. Como aconteceu com o mp3, os piratas foram os primeiros a perceber seu potencial. Nos meses que se seguiram à conferência, surgiram vários servidores piratas, mas nenhum conseguiu formar uma base significativa de usuários. Os primeiros usuários da tecnologia do torrent logo perceberam que a parte mais difícil de administrar uma rede de compartilhamento peer-to-peer não era encontrar os arquivos, mas os *peers* [pares, usuários]. Só em setembro de 2003, mais de dois anos após os servidores do Napster serem fechados, foi que o primeiro site público de torrents a ter sucesso foi colocado no ar: o Pirate Bay.

Hospedado na Suécia, o Pirate Bay logo se tornou o principal catálogo de material pirateado do mundo. Filmes, músicas, programas de TV, programas crackeados — tudo estava disponível no site, e não em apenas um lugar, mas em vários, com os servidores do Pirate Bay armazenando somente os torrents. A popularidade inicial do site se devia à sua abordagem nada apologética: os fundadores achavam que o que faziam deveria ser legal, mas, se não fosse, eles seguiriam fazendo do mesmo jeito. Se administrar um tracker de torrent significava violar a lei de direito autoral, os fundadores do Pirate Bay estavam determinados a violá-la.

Esse ponto de vista dissidente chamou a atenção e atraiu usuários da mesma subcultura divergente dos trolls da internet que mais tarde integrariam organizações notáveis como o Anonymous e o 4chan. Os fundadores do Pirate Bay adoravam a polêmica — um deles, Gottfrid Svartholm Warg, já hospedara um site chamado America's Dumbest Soldiers [os soldados mais imbecis dos Estados Unidos], que fornecia relatórios de baixas da Guerra do Iraque e pedia aos usuários que votassem na suposta estupidez dos mortos.[3] Eles alardeavam suas ações como atos de desobediência civil e não estavam nem aí para quem quer que desaprovasse. Em 2004, o site recebeu uma notificação dos advogados da DreamWorks SKG, exigindo a remoção de uma cópia pirateada de *Shrek 2* sob ameaça de uma ação judicial com base no Digital Millennium Copyright Act [lei dos direitos autorais do milênio digital; DMCA]. A resposta escrita por Svartholm Warg foi

característica:

> Talvez vocês não saibam, mas a Suécia não é um estado dos Estados Unidos da América. A Suécia é um país do norte da Europa. Caso não tenham percebido, as leis americanas não se aplicam aqui... Na nossa opinião, e na dos nossos advogados também, vocês são uns babacas idiotas e deveriam, por favor, ir se sodomizar com bastões retráteis.[4]

Nem todos os sites eram assim tão combativos. O Pirate Bay era aberto ao público e hospedava uma variedade de formatos, e seus fundadores adoravam ser o centro das atenções. A maioria dos trackers de torrent era particular, com acesso restrito a usuários convidados, limitados a um ou dois tipos de arquivos e comprometidos com a confidencialidade. À medida que o Pirate Bay se tornava mais abrangente, cobrindo todos os tipos de arquivos, os trackers particulares se tornavam mais específicos, reunindo coleções completas separadas por gênero e formato. Nos anos seguintes, vários desses trackers particulares cresceriam para muito além das expectativas de seus fundadores, avolumando-se como bolas de neve para se tornarem índices de grande escala de material pirateado cujos acervos superariam não apenas o do Pirate Bay, mas também o da própria Scene e, em alguns casos, até o do Smithsonian. O melhor deles, e também o de origem mais modesta, foi o tracker lendário de músicas conhecido como Oink's Pink Palace.

Oink na verdade era Alan Ellis, um estudante de ciência da computação de 21 anos do Reino Unido. Nascido em Leeds e criado em Manchester, ele se matriculara em 2002 em um programa de ciência da computação da Universidade de Teesside,[5] localizada na cidade industrial decadente de Middlesbrough, na devastada região nordeste do Reino Unido. Ellis era tímido, extremamente reservado e — ao contrário dos fundadores do Pirate Bay — sempre educado. Tinha só 1,65 metro de altura, porém era um excelente jogador de squash e mantinha um ótimo condicionamento físico. O cabelo e os olhos eram pretos, já o rosto quadrado e bonito era marcado por uma covinha pronunciada no queixo.

Ellis achou que sua formação universitária estava deixando a desejar. O currículo da faculdade focava o passado da computação. As disciplinas eram, na melhor tradição acadêmica britânica, conduzidas em linguagens como Fortran e Lisp, mortas séculos atrás — os equivalentes na programação ao grego e ao latim. Não se enfatizava o comércio nem as novas tendências computacionais, e imperava um desinteresse profundo pela internet. Ao conversar com potencias empregadores, Ellis identificou uma forte demanda por linguagens de

programação mais modernas, como PHP, para desenvolvimento web, e SQL, para gerenciar bancos de dados, mas a faculdade não ministrava cursos sobre nenhuma delas.

Assim, ele decidiu aprender sozinho. No tempo livre entre as aulas e o squash, Ellis baixou alguns pacotes de software de código aberto e se familiarizou com o básico das duas linguagens. Embora não esperasse ganhar dinheiro, seu objetivo era desenvolver habilidades úteis ao gerenciar um site que funcionaria quase como um negócio, atendendo às necessidades de uma variedade de usuários. Um tracker de torrent era perfeito para isso: ele usaria um banco de dados em SQL para organizar os torrents e o PHP para apresentá-los aos usuários.

No dia 30 de maio de 2004, o Oink's Pink Palace foi ao ar. O site era hospedado no computador de Ellis, em uma casa perto do campus que ele dividia com cinco pessoas. Ele anunciou o lançamento do tracker em fóruns e outros sites de torrents, além de ter convidado algumas pessoas de confiança a usá-lo. Não houve muito interesse. Com a popularidade do Pirate Bay, havia centenas de outros trackers particulares sendo criados. A maioria passaria meses on-line, talvez até um ano, para então perecer. Ellis esperava o mesmo futuro para o Oink, mas isso não o incomodava — ele encarava o site apenas como um hobby. Também não esperava ter problemas com a lei — ele usou o próprio cartão de crédito e o nome verdadeiro ao registrar o domínio "Oink.me.uk".

Nas primeiras semanas, o Oink's Pink Palace atraiu apenas algumas centenas de usuários. O movimento era tão pequeno que Ellis de vez em quando fechava o servidor web no PC para jogar no computador. Contudo, surgiu um nicho no ecossistema do tracker. Para evitar a dor de cabeça das redes públicas de download como o LimeWire, Ellis passara algum tempo pegando músicas em outro site particular, o Raiden.se, que, como o Pirate Bay, era hospedado na Suécia. Entretanto, no verão de 2004, o Raiden foi misteriosamente tirado do ar após problemas técnicos, e toda a sua base de torrents foi perdida. Sem o site, os arquivos de música, armazenados em laptops e computadores no mundo inteiro, ficaram desorganizados e inacessíveis. No século XXI, isso equivalia a entrar em uma biblioteca e queimar o catálogo de cartões.

Ellis viu ali uma oportunidade. Voltou aos fóruns de torrent e anunciou que o Oink adotaria uma nova estratégia: não hospedaria mais arquivos de filmes nem de software. Em vez disso, seria um tracker exclusivo de música e priorizaria a qualidade, e não a quantidade. Ao contrário do Pirate Bay, que atuava sobretudo como

um repositório de links com controle limitado de qualidade e pouca supervisão, o Oink seria um arquivo digital com curadoria e uma ênfase obsessiva em codificações de alta fidelidade.

Ele deu início a uma campanha agressiva de divulgação da marca. Chegou a realizar um concurso para eleger o mascote do site. O vencedor foi um porquinho com fones de ouvido que recebeu o nome de Oink. A campanha de divulgação da marca deu uma cara amigável aos requisitos técnicos cada vez mais exigentes do tracker. Ellis se tornou um esnobe em sua busca por qualidade.[6] Só permitia arquivos mp3 ripados dos CDs originais e enfatizava a necessidade de ter coleções completas.[7] As regras do site para quem quisesse fazer upload de arquivos rivalizavam com as da Scene em complexidade. E havia outras a serem seguidas, determinando como as músicas deveriam ser catalogadas e tagueadas, como os torrents deveriam ser subidos, regras relativas ao encarte e à capa do álbum e ao comportamento nos fóruns moderados do site. Havia até regras determinando quão "fofo" o avatar dos membros deveria ser — um precedente estabelecido pela popularidade do porquinho.

Ser membro do Oink não era algo fácil. A natureza particular do site fazia com que os usuários precisassem fornecer seus endereços de e-mail e informações de login, além de revelar os endereços de IP. Também era necessário manter um equilíbrio mínimo entre o material subido e baixado. Ou seja, para obter música era preciso fornecer música. A forma mais fácil de fazer isso era subir um novo álbum que ainda não estivesse no site. E o jeito mais fácil de fazer *isso* era colocar as mãos em uma cópia original de um CD e ripá-la em mp3.

Grande parte desse material já tinha sido codificada durante o frenesi do Napster. Todavia, muitas vezes essas codificações haviam sido feitas de qualquer jeito por amadores com um conhecimento limitado da tecnologia. O Napster contara com uma grande quantidade de arquivos corrompidos e de baixa qualidade, bem como arquivos com nomes e tags trocadas, creditados aos artistas errados ou com falhas graves no áudio. Também havia as músicas oferecidas pela Scene, que Ellis conhecia, mas da qual não era membro. Para um fã de música obcecado por qualidade como Ellis, nem a Scene era boa o bastante. O Oink era a única opção, e Ellis estava recriando as bibliotecas musicais do mundo inteiro do zero. Sim, ele estava dizendo: "Sei que grande parte desse material já está disponível em algum lugar, mas faremos tudo de novo, e dessa vez vamos fazer do jeito certo."

É claro que os requisitos rígidos envolvendo a proporção entre o

número de uploads e o de downloads asseguravam a qualidade do acervo, mas também implicavam a base de usuários do Oink em um crime sério. Por ser um tracker público, o Pirate Bay não fazia exigências em relação aos uploads. Qualquer um podia simplesmente baixar os torrents que quisesse e desativar a funcionalidade de re-upload, limitando sua responsabilidade legal. No Oink, isso levaria à expulsão do usuário. Os membros eram forçados a participar de um esquema que, dependendo do ponto de vista, poderia ser tanto uma tentativa louvável de criar a maior coleção de gravações musicais que o mundo já vira *ou* a participação premeditada em uma conspiração chocante para cometer uma série de fraudes.

Os usuários do Oink estariam dispostos a correr o risco? Sim. Ellis escolhera bem a hora de lançar sua missão. A antiga corrida de entusiastas do vinil que viviam vasculhando lojas e mercados de pulgas chegava ao fim, sendo substituída por uma geração mutante de obcecados por torrents. O esnobismo e a exclusividade do Oink era exatamente o que esse novo grupo buscava: um lugar para se gabar de suas atitudes elitistas e desdenhosas tanto em relação à tecnologia quanto à música. Os fãs de *Alta fidelidade* continuavam buscando alta fidelidade, claro; só que agora, em vez de trocarem cartas furiosas sobre agulhas de vitrolas nas páginas da *Playboy*, provocavam uns aos outros em discussões de cem páginas sobre os méritos relativos das diversas taxas de bits dos arquivos mp3 nos fóruns do Oink.

Quanto mais rígidas as regras do site se tornavam, mais convites eram solicitados. Estes se tornaram *commodities* raras, e é óbvio que isso aumentou ainda mais a demanda. Com o objetivo de consolidar o acervo, Ellis instaurou requisitos ainda mais rigorosos de proporção entre uploads e downloads. Instituiu um sistema hierárquico com classes de usuários e reforçou a moderação dos fóruns. E a comunidade de obcecados não poderia ter ficado mais satisfeita. Sim, eles eram piratas, mas o que de fato queriam era ordem.

O Oink se tornou o principal destino de nerds da música maníacos por tecnologia (e também de seus primos, os nerds da tecnologia maníacos por música). Os trackers públicos como o Pirate Bay estavam repletos de plebeus, enquanto os membros do Oink eram grandes conhecedores de música, antenados e às vezes até socialmente bem ajustados. No final de 2004, vários milhares de usuários tinham se cadastrado, o tipo de base de membros dedicados ao compartilhamento de arquivos capaz de gerar um crescimento exponencial. Não demorou para que Ellis não pudesse mais hospedar o site no computador de seu quarto. Ele recrutou o suporte técnico entre

os usuários e encontrou administradores que pensavam como ele para ajudá-lo a atender à demanda. Além disso, transferiu o site do Windows XP para o Windows Server 2003, e depois para o Linux. O local físico do computador servidor deixou seu quarto para ocupar os de outros usuários numa busca pelas melhores conexões de banda larga — a primeira escolha foi uma cidadezinha do Canadá, seguida por um apartamento na Noruega e, enfim, uma fazenda de servidores profissional na Holanda.

As contas da hospedagem começaram a se acumular. Em dezembro, o custo para manter o tracker era de várias centenas de dólares por mês. No início de 2005, Ellis postou o endereço de uma conta no PayPal para o site, pedindo educadamente por doações. O dinheiro começou a entrar em moedas do mundo inteiro.

Mais do que dinheiro, o exército do Oink doava trabalho. Eles eram os responsáveis pelo acervo, e seu entusiasmo pelo empreendimento de Ellis deixava até a Scene no chinelo. Os membros do Oink faziam o upload das próprias coleções de CDs e das dos amigos. Alguns dos "mestres do torrent" de elite do site faziam o upload de mil álbuns ou mais. Como os integrantes da Scene haviam feito antes deles, os membros do Oink passaram a procurar raridades e edições importadas no eBay. Quando as lojas de CD começaram a fechar, os Oinkers compraram estoques inteiros em liquidações, e esses uploaders compulsivos foram seus últimos e melhores clientes.

Primeiro, eram mil álbuns. Depois, dez mil. E então cem mil. Ellis, o elitista, era quem administrava tudo. Era algo admirável: nenhuma codificação de baixa qualidade, nenhum arquivo falso, nenhum engano, nenhum filme, nenhum programa de TV. Só tinha música. Todos os arquivos com uma clareza digital perfeita. Todas as músicas já gravadas.

CAPÍTULO 14

A tensão gerada pelo vazamento de *The Fix* durou pouco. A gerência da fábrica não parecia desconfiar de Glover nem de seus colaboradores. Chaney Sims, que fora pego tentando furtar um CD da fábrica, manteve silêncio, assim como os compradores dos DVDs piratas de Glover. Ele continuou fazendo seus turnos, e os chefes o tratavam bem. No final de 2002, Glover foi promovido a gerente adjunto.

Levara um bom tempo, muito mais do que no Shoney's, mas após sete anos fazendo hora extra ele enfim conquistara um cargo na gerência. O salário era maior, havia mais benefícios e estabilidade. Porém, ao alcançar seu objetivo, Glover se descobriu insatisfeito, e para ele foi inevitável voltar a pensar na Scene. Se não era o herói secreto do submundo da internet, então o que ele era? Apesar do cargo de gerente adjunto, continuava sendo um trabalhador anônimo em uma fábrica que precisava sustentar os filhos, pagar aluguel, água, energia, telefone e todo o resto. Além disso, ainda queria um carro melhor.

Glover estava bem posicionado para voltar à velha vida. O novo cargo o tirou do chão da fábrica para colocá-lo em uma sala onde supervisionava os outros funcionários e organizava turnos para os temporários. Ele participava de certas conversas privilegiadas, tinha uma visão melhor da segurança da fábrica e foi encarregado de controlar os vazamentos. O melhor de tudo: Steve Van Buren, o mentor do regime de segurança da fábrica, tinha saído de cena. Devido a uma mudança no pensamento organizacional, Van Buren passara a supervisionar a segurança geral e ambiental. Os seguranças da fábrica agora se reportavam ao departamento de Recursos Humanos, e Glover tinha a impressão de que os gestores sentimentais do setor não eram lá muito atentos.

E havia outro fator a seu favor. Devido à posição privilegiada, Glover agora sabia que nem ele nem Dockery tinham sido alvos da segurança da fábrica. A investigação do vazamento de *The Fix* não apontara para eles. Glover — negro, tatuado e musculoso — e Dockery — gordo, branco e batista — não se encaixavam no perfil dos

piratas da web. Seus conhecimentos tecnológicos não eram mencionados em seus currículos, e os supervisores não estavam a par de suas capacidades. Nesse aspecto, tinham uma vantagem grande e permanente: estavam "abaixo" de qualquer suspeita.

No início de 2003, após um intervalo de apenas alguns meses, Glover retomou o contato com Kali. Ele queria voltar à Scene. Após algumas discussões, os dois chegaram a um acordo: Glover voltaria a fornecer álbuns, porém Kali precisaria ser mais paciente. Só poderia distribuir os vazamentos depois de os CDs deixarem a fábrica para serem levados aos depósitos regionais. Era basicamente uma estratégia de contraespionagem: para encontrar a fonte do vazamento, a Universal precisaria investigar toda a cadeia de abastecimento, e não apenas a fábrica de Kings Mountain.

Kali concordou após certa relutância. Ele não queria que Glover fosse pego, mas temia que, se esperassem demais para fazer o vazamento, outro grupo saísse na frente e ficasse com o crédito. A ausência de Glover criara uma lacuna, e os rivais do RNS vinham reconquistando o terreno perdido após dois anos de domínio do grupo. Grupos da Scene, como o EGO e o ESC, realizavam vazamentos importantes do pop e do rock e ganhavam do RNS até mesmo em seu território: o rap e o R&B. Sem Glover, o grupo não conseguira a trilha sonora de *8 Mile* quando o álbum passou pela fábrica. Não conseguira a estreia de Beyoncé na carreira solo e *Charmbracelet*, de Mariah Carey. O pior, tinham perdido a corrida por *Chocolate Factory*, de R. Kelly, apesar de terem vazado o CD de outra fonte. Atrasados por uma conexão lenta de modem a cabo, haviam perdido a honra de serem os primeiros a vazar o remix de "Ignition" — a melhor música da década — por segundos.[1]

As fontes dos grupos rivais tendiam a estar mais abaixo na cadeia de abastecimento. Eles não tinham fontes internas confiáveis, e Kali suspeitava que pagassem a funcionários corruptos de lojas de CD pelo acesso ao estoque. Entretanto, isso lhes permitia fazer vazamentos com uma semana de antecedência, e o RNS não podia deixá-los chegar tão perto. Se fizessem os vazamentos três semanas antes do lançamento, Glover seria pego; se disponibilizassem o álbum uma semana antes, outro grupo poderia chegar na frente. Duas semanas era o tempo ideal. Sob o novo acordo, Glover passaria seu material para Kali o mais depressa possível, mas Kali o disponibilizaria para os topsites apenas no momento certo. Durante esse período de trégua, Kali seria dono da biblioteca musical mais atualizada da face da Terra.

Com o acordo fechado, Glover entrou em ação e passou a empregar

a disciplina da vida profissional também à Scene. A partir de 2003, voltou a ser a principal fonte de música inédita do mundo, mas dessa vez ele conseguiu superar seus feitos anteriores. Tirando proveito do cargo na gerência, Glover organizava com cuidado os turnos para os melhores vazadores, os que tinham as maiores fivelas de cinto. Estes, por sua vez, passaram a trabalhar com mais meticulosidade, e, em encontros longe da fábrica, Glover passou a receber oito ou nove álbuns diferentes de uma só vez em uma luva cirúrgica. Um de seus colaboradores começou a levar comida congelada para esquentar no micro-ondas da fábrica — a embalagem da refeição era cilíndrica, com a boca um pouco maior do que um CD. Todos os dias, depois de comer, ele lavava o recipiente, levava-o para o chão da fábrica e o enchia de CDs. Em seguida, no banheiro, recolocava a tampa com cola em bastão e então passava com o almoço que supostamente não comera pela segurança.

Os vazamentos de Glover mais uma vez catapultaram o RNS para o topo do ranking da pirataria. Ele deu o pontapé inicial em 2003 com o vazamento da estreia oficial de 50 Cent, *Get Rich or Die Tryin'*, que seria o álbum mais vendido do ano. Em seguida, vieram álbuns de Jay-Z, G-Unit, Mary J. Blige, Big Tymers e Ludacris, e então ele terminou o ano em alta com o vazamento do primeiro álbum de Kanye West, *The College Dropout*. Dell Glover vazava tudo que Doug Morris contratasse, e, no que se tornava a marca registrada do RNS, todos os vazamentos chegavam à internet precisamente catorze dias antes da data marcada para a chegada às lojas.

Com os êxitos de Glover, Kali reforçou o misticismo do RNS, atraindo membros de grupos rivais do mundo inteiro. Ele conseguiu "Darkboy", antigo líder de um grupo concorrente; "Yeschat", entusiasta do nü metal que afirmava vender crack para financiar o vício de vazar música; "Tank", o gerente de TI sueco responsável pelos servidores do topsite europeu do RNS; "Srilanka", um DJ francês com conexões no meio da música eletrônica do país; e "Incuboy", dois irmãos italianos que compartilhavam o mesmo pseudônimo e gerenciavam um tipo de negócio de "divulgação de músicas" com conexões na Bertelsmann e na EMI.

O melhor de tudo: ele recrutou "Da_Live_One". Patrick Saunders era um típico integrante da Scene que vinha crackeando softwares desde a época da internet discada. Criado em bairros residenciais de Baltimore, demonstrara desde cedo interesse por computadores e fora encorajado pela mãe. Aos dezesseis anos, ele tinha passado dois dias baixando uma cópia crackeada do Adobe Photoshop pela conexão

discada instalada pela mãe. Desde então, nunca mais pagara por um software.

O que chamava a atenção de imediato em Saunders era o fato de ele não parar de falar um segundo sequer. Falava alto e com animação, embora sua mente fosse errática e ele nunca permanecesse mais que poucos minutos no mesmo assunto. Era mulato e tinha sardas e cabelo encaracolado emaranhado. Usava uma barbicha rala e fumava um cigarro American Spirit atrás do outro. Sua motivação como pirata era quase inteiramente ideológica. Saunders não acreditava no conceito de propriedade intelectual e usava o sistema operacional de código aberto Linux no seu desktop. Ele também não curtia músicas populares. Só ouvia house, e a única coisa que o atraía era a exclusividade gerada pelas datas de lançamento.

Saunders vinha integrando um ou outro grupo na Scene desde o ensino médio. Tinha se matriculado no Instituto Politécnico Rensselaer, em Troy, Nova York, em 1997, mas acabou abandonando os estudos muitos meses antes de se formar. A partir dali, se apaixonara pela cultura club underground da cidade de Nova York e conhecera vários funcionários da Black Entertainment Television. Uma divisão da Viacom, a mesma entidade responsável pela MTV, o canal vazava arquivos como uma peneira. Através das conexões que tinha lá dentro, Saunders conseguiu fazer uma série de vazamentos importantes.

Ele começara no Old Skool Classics, um grupo de importância secundária cujo foco eram relançamentos de catálogo dos anos 1970. Depois, entrou para o rival do RNS, o EGO. Recebeu o convite de Kali quando seus vazamentos passaram a chamar atenção. Saunders ficou lisonjeado. Kali tinha um prestígio considerável, e o mero fato de conversar on-line com ele era um privilégio raro. Convites para ingressar no RNS eram ainda mais raros — na Scene, era o equivalente a entrar para Harvard. Assim que entrou para o grupo, Saunders logo mostrou seu valor com duas grandes façanhas. Primeiro, conseguiu um CD-ROM gravado com o álbum duplo do Outkast *Speakerboxxx/ The Love Below* de dentro da sede da Viacom. Em seguida, vazou *In the Zone*, de Britney Spears, depois de ter encontrado uma cópia promocional à venda no eBay.

Em 2004, graças à forte campanha de recrutamento de Kali, o RNS tinha os melhores vazadores de rap *e* de rock. Através de Glover, vazaram *The Black Album*, de Jay-Z, *Tha Carter*, de Lil Wayne, e *The Emancipation of Mimi*, de Mariah Carey, todos exatamente catorze dias antes do lançamento. Também vazaram álbuns do grupo de pop-rock

britânico Coldplay (*X&Y*, quatro dias antes), dos roqueiros de garagem nova-iorquinos The Strokes (*Room on Fire*, uma semana antes), do frat-rocker do Havaí Jack Johnson (*On and On*, três semanas antes), dos douche-rockers canadenses do Nickelback (*The Long Road*, três semanas antes) e dos post-rockers islandeses Sigur Rós (*Takk*, uma semana antes).

O RNS passou a vazar álbuns de todos os gêneros para todos os públicos possíveis: caipiras (*Honkytonk University*, de Toby Keith), *hipsters* (*Guero*, de Beck), metaleiros (*In the Arms of God*, do Corrosion of Conformity), góticos (*Fallen*, do Evanescence), donas de casa de classe média (*Back to Bedlam*, de James "You're Beautiful" Blunt) e *scene queens* (*Medúlla*, de Björk). Vazaram ainda Coheed and Cambria, System of a Down, Kenny Chesney e Incubus. Vazaram Foo Fighters e Kelly Clarkson. Vazaram *The Greatest Holiday Classics*, de Kenny G, e até a trilha sonora de *Bob Esponja — o filme*.

As ambições de Kali haviam se expandido, mas a ascensão do grupo ocorreu em um período em que a polícia começou a prestar mais atenção na pirataria. Uma segunda rodada de batidas conduzida em abril de 2004 tinha levado à identificação de mais de cem pessoas em mais de doze países. Entre os alvos estavam o Apocalypse Production Crew, que já fora um dos grupos mais importantes da Scene. Entretanto, na época, Kali havia recrutado o líder do grupo e, sem direção, o Apocalypse se tornara tão sem importância que o RNS nem sequer o considerava um rival — seu maior vazamento em 2004 fora um álbum de Melissa Etheridge. Agora, dezoito membros do grupo enfrentavam acusações de conspiração.[2]

Devido às batidas, a Scene adotou algumas mudanças. Um segundo alto conselho da pirataria foi realizado, comparecendo todos os grupos de vazamento mais relevantes. Em algum canto obscuro da internet, a "outra RIAA" discutiu novos padrões de vazamento, novas especificações técnicas para a codificação em mp3 e um novo regime de medidas de segurança para os grupos "oficiais". Os grupos reexaminaram as permissões dos topsites e repassaram diretrizes de segurança para os integrantes. A aceitação de tais mudanças foi fácil; já sua implementação, não. Embora o RNS tivesse uma estrutura de comando formal, uma hierarquia de cargos e a delegação de áreas de responsabilidade específicas, a autoridade de Kali não se estendia ao mundo físico, o que levava a uma pergunta interessante: como era possível de fato "liderar" uma quadrilha anônima da internet que flertava com o crime?

A resposta era: pelo canal de bate-papo. Logo depois das batidas,

Kali transferiu o #RNS dos servidores públicos para o computador de um integrante chamado “Fish” [Peixe] (ele tinha aquários), no Havaí. O canal era protegido por senha, e as permissões de login, restritas. Menos de cinquenta endereços de IP do mundo inteiro tinham permissão para acessá-lo. Portanto, do ponto de vista técnico, o controle do grupo pertencia a qualquer um que pudesse editar essas permissões de login. Essas elites tinham status de “operadores” no canal de bate-papo, designado pelo símbolo @ ao lado do nome do participante. Por isso era possível identificar “@Kali” como o líder — ele era o membro com a concha.

No entanto, Kali não era o único com status de operador. Fish, o dono do computador, também exercia controle, assim como um indivíduo identificado por “@KOSDK”, que operava o canal na ausência de Kali. Fora Kali, KOSDK era o único integrante do grupo com quem Glover se comunicava com frequência e, como uma versão virtual de Clark Kent, nunca parecia estar no canal ao mesmo tempo que Kali. Por isso, durante algum tempo, Glover suspeitou que KOSDK e Kali fossem a mesma pessoa.

No entanto, acabou se convencendo de que estava errado. A personalidade por trás do apelido na tela era muito diferente. Patrick Saunders também costumava se comunicar com KOSDK e tinha certeza de que este era alguém diferente de Kali — ou seja, não era uma segunda manifestação da mesma deidade. KOSDK era de Tulsa, Oklahoma, gostava de músicas populares, tinha um estilo de vida rural e substituíra Simon Tai como coordenador das cópias. Saunders se referia carinhosamente a ele como “O Fazendeiro”.

Desse modo, na teoria @Fish, @KOSDK e @Kali tinham o mesmo poder no grupo. Na prática, era Kali quem dava as ordens. Ainda assim, um sistema tão difuso de poder não teria sido possível no mundo real — era um desdobramento da natureza anônima da dinâmica dos grupos da internet. Os participantes do RNS passavam milhares de horas juntos nos canais de bate-papo, porém tinham instruções rígidas de não revelar detalhes pessoais, como datas de aniversário e seus nomes de verdade. As identidades eram nebulosas e inconstantes. Podia-se usar um apelido para cada login na sala de bate-papo, e este também poderia ser alterado durante uma sessão com um comando simples. Assim, Kali nem sempre era “Kali”. Às vezes, era “Blazini”, “Lonely” ou simplesmente “Death”.

Embora o grupo pudesse se esconder por trás de criptografia e pseudônimos, não podia disfarçar seu efeito destrutivo nas receitas da indústria fonográfica. Isso também chamava a atenção, e jornalistas

passaram a cercar a Scene. A primeira publicação na imprensa de grande circulação a mencionar o RNS foi um artigo da *Rolling Stone* de dezembro de 2004, cujo título era "CD Leaks Plague Record Biz" [Vazamentos de CDs assolam a indústria fonográfica]. "Em um período de quatro dias, um grupo vazou CDs do U2, de Eminem e do Destiny's Child", dizia o subtítulo. O artigo de Bill Werde trazia apenas uma análise superficial do dano causado pelo grupo, mas incluía uma frase ameaçadora: "Segundo uma fonte próxima de Eminem, a equipe do rapper acredita que *Encore* foi vazado ao ir para as distribuidoras, que levam os álbuns das fábricas de prensagem para cadeias como o Walmart."

A fonte de Werde na equipe de Eminem estava errada. O CD vazado não viera da distribuidora, mas da própria fábrica de prensagem. Glover tinha vazado *Encore* e, apenas três dias depois, *How to Dismantle an Atomic Bomb*, do U2. (*Destiny Fulfilled* viera dos italianos.) Contudo, a imprensa se aproximava dos dois ativos mais importantes do RNS, e esse era o tipo de atenção que Kali não queria. Já assustado com as batidas da Operação Fastlink, ele iniciou uma campanha concentrada de contraespionagem.

Em primeiro lugar, eliminou toda e qualquer informação comprometedora dos arquivos NFO. Estes continham as informações sobre a disponibilização de novos arquivos pelo RNS e antes lembravam cabeçalhos de jornais, listando a estrutura de comando do grupo e citando o integrante creditado como fonte do vazamento. Agora, nem sequer mencionavam o nome do grupo. Também foram removidos a maconha e os rastros de fumaça, tornando os NFOs textos crípticos para a indústria fonográfica que continham apenas duas linhas de informações: a data do vazamento do álbum e a data marcada para sua chegada às lojas.

Kali eliminou o peso morto do grupo, expulsando colaboradores secundários e parasitas. Restringiu todas as comunicações ao canal criptografado e baniu métodos inseguros, como o AOL Instant Messenger e os e-mails. Proibiu quaisquer interações com membros de grupos rivais, sobretudo ex-integrantes do Apocalypse Production Crew — desconfiava que o FBI tentaria usar membros desse grupo para chegar ao RNS. Reiterou a ordem de não se manterem registros das sessões de bate-papo, sob nenhuma circunstância.

Mais importante: reforçou a proibição contra a pirataria física. Essa era uma dor de cabeça desnecessária. Assim que o upload de um álbum fosse feito, o CD fonte da cópia deveria ser destruído de imediato, e as cópias locais dos arquivos, deletadas. Nenhum material

de qualquer tipo da Scene deveria ser codificado em mídias físicas, e a comercialização dos vazamentos era expressamente proibida. Quem infringisse tais regras era punido, e no final de 2004 um membro chamado "Omen" foi expulso do grupo depois de ter confessado estar produzindo cópias piratas físicas. Essa atitude era encorajada pelos integrantes da "outra RIAA", sendo citada em um documento interno: "Se você gostar do lançamento, por favor, vá até uma loja e compre-o. Não estamos aqui para encher os bolsos de piratas."[3]

Dell Glover, obviamente, não se deixava envolver por tais ambiguidades morais. Achava Kali paranoico — o que talvez fosse uma reação natural às investigações, mas com certeza exacerbada pelos efeitos colaterais de sua prescrição para o uso medicinal de maconha. Os dois agora conversavam três ou quatro vezes por semana ao telefone, mas não eram exatamente amigos. O relacionamento dos dois era frio e inconstante, e, devido ao seu isolamento social no grupo, Glover era o membro que conhecia melhor o temperamento difícil, as frustrações, as ambições e os desejos de Kali. Acima de tudo, Glover sabia que, embora Kali fosse capaz de expulsar alguns piratas sem importância para que servissem de exemplo para o resto do grupo, não havia a menor possibilidade de ele fazer o mesmo com "ADEG". Kali precisava demais dele e, como um amante ciumento, temia perdê-lo para outro grupo. Com ou sem status de operador, Glover estava seguro.

Por isso ele não seguia as regras da Scene. Usava o AOL Instant Messenger sempre que tinha vontade. Tinha uma bolsa cheia de CDs vazados no closet do quarto. Não comprava mais álbuns e não tinha interesse algum em ganhar pontos com alguma quadrilha de nerds da internet. Só queria o acesso aos topsites. Quanto maior fosse o número de topsites aos quais tivesse acesso, mais filmes poderia baixar e mais DVDs poderia vender.

O cara dos filmes estava de volta. Além de Shelby e Kings Mountain, também passou a vender os filmes piratas em Charlotte. Nas melhores semanas, vendia trezentos DVDs, o que equivalia a 1.500 dólares livres de impostos. As torres de DVDs ficavam cada vez mais baratas, ele conseguia os filmes de graça e as margens de lucro não cabiam mais em seus bolsos.

A demanda era tão intensa que ele não dava mais conta sozinho. Além disso, passou a colocar DVDs em consignação nas barbearias locais. No início de cada semana, deixava quatrocentos DVDs com três barbeiros de confiança. Esses barbeiros costumavam vender os filmes até o fim da semana, e então Glover voltava para pegar sua parte dos

lucros — 450 dólares por torre, mais ou menos 900 dólares por barbearia. O barbeiro que mais vendia faturava mais com os DVDs do que com cortes de cabelo.

A notícia se espalhou, e a concorrência ficou mais acirrada. Dockery cumpria os termos do acordo entre eles e se restringia ao seu terreno, porém outros piratas surgiram. Como Glover, eles usavam seu conhecimento técnico em internet para transformar o compartilhamento de arquivos em dinheiro, que obtinham de vendas para compradores inábeis no uso da web. Glover os conhecia bem. Um deles era um amigo a quem ajudara a montar a própria torre de gravadores de DVD, e logo depois viu um novo concorrente entrando no mercado.

Mas Glover ainda estava na frente. Os concorrentes tiravam seu material de sites públicos de compartilhamento de arquivos como o LimeWire e o Pirate Bay, por isso não tinham acesso aos vazamentos antecipados dos topsites. No entanto, em meados dos anos 2000, essa vantagem se esvaía. Apesar dos esforços de seus integrantes, os vazamentos da Scene não permaneciam por muito tempo restritos ao ecossistema dos topsites — os vazamentos *da* Scene se tornavam tão frequentes quanto os vazamentos *para* a Scene.

Glover sabia disso por experiência própria. Em 2005, o RNS estava na frente, vazando quatro dos cinco álbuns mais vendidos nos Estados Unidos e sete entre o Top 10. A primeira e a segunda posições eram ocupadas por *The Emancipation of Mimi*, de Mariah Carey, e *The Massacre*, de 50 Cent, ambos vazados por Glover. A forte demanda por material da Scene fazia com que os vazamentos do RNS logo chegassem às redes de compartilhamento, e em 48 horas já havia cópias das músicas inéditas vazadas por Glover em iPods do mundo inteiro.

Contudo, naquela época até uma pequena vantagem fazia a diferença. O negócio dos DVDs dependia quase inteiramente de lançamentos, mais ainda do que o da música. Glover enfrentava o mesmo aumento na demanda que levou as videolocadoras a terem uma cópia de *Luzes da cidade* e cem de *Shrek*. Ele só precisava de uma vantagem de dois ou três dias para manter a reputação de melhor pirata do estado, pois tinha aprendido que o negócio da pirataria seguia o mesmo princípio do tráfico de drogas, do mercado imobiliário ou de qualquer outro empreendimento ilegal: tudo dependia do suprimento.

O suprimento vinha de diversas fontes, já que a infiltração da Scene na indústria fonográfica foi imitada em outras mídias. Grupos de

vazamento de filmes haviam trabalhado duro para entrar no mercado do home video, vazando de videolocadoras e lojas. Eles monitoravam a distribuição de cópias especiais para a Academia do Oscar e sempre conseguiam DVDs dos principais concorrentes ao prêmio antes da data oficial de lançamento para as videolocadoras. O avanço da tecnologia também revolucionava a produção de versões "CAM" — filmes gravados através do uso de câmeras dentro dos cinemas. Essas operações se tornavam sofisticadas, incluindo a possibilidade de sincronizar o vídeo gravado em um cinema com um áudio de melhor qualidade capturado em outro. E os responsáveis por essas versões, cientes dos riscos, tinham ficado mais espertos: mais tarde, quando autoridades canadenses prenderam um dos fornecedores de Glover durante a exibição de um filme da Pixar ao qual fora assistir com a filha pequena, foi encontrada uma câmera escondida na bolsa de fraldas da menina.

A televisão também era uma mídia em expansão, e a popularidade cada vez maior dos dramas transmitidos pelos canais de TV a cabo rendia mais material para Glover vender. Praticamente tudo que ia ao ar era capturado por aparelhos de DVR, editado para tirar os comerciais, comprimido para ser transmitido e distribuído entre topsites da Scene em uma questão de minutos. No entanto, muitas vezes a Scene distribuía o material antes mesmo de as afiliadas das redes de TV terem exibido o programa. Em um exemplo notório, cópias de produção de toda a quarta temporada de *The Wire* chegaram ao submundo da pirataria antes de os episódios irem ao ar. Em outro caso lendário, um pirata australiano da Scene descobriu que os episódios de *Família Soprano* eram transmitidos de Los Angeles por um feed não criptografado via satélite para transmissões futuras em estações locais. O material era enviado em uma faixa de frequência fora do espectro comercial normal, mas com a antena parabólica do quintal ele conseguiu capturá-lo e fazer o upload com antecedência para os topsites.

Dell Glover tinha acesso a tudo isso e mais. Após anos de vazamentos, suas conexões eram invejáveis. A vantagem proporcionada por elas sobre os outros piratas se traduzia em lucros nas ruas. Às vezes ele até fornecia material para os concorrentes, tendo o cuidado de passar artigos inéditos para os amigos só depois de ter saturado o mercado local. O boca a boca alimentava os negócios, e as vendas nas barbearias aumentaram. O ponto alto veio em setembro de 2004, quando ele acordou com doze clientes estacionados em frente à sua casa, esperando a gravação dos DVDs.

Os vizinhos achavam que ele traficava drogas. Na verdade, era melhor do que isso — o custo de produção era quase zero, já que todos eram tirados de topsites e não de um porão usado como laboratório de metanfetamina ou de um cartel mexicano perigoso. Um DVD virgem custava cerca de 25 centavos, e, mesmo depois de os barbeiros tirarem sua parte, a margem de lucro de Glover era de mais de 50%. E havia negócios secundários mais lucrativos. Se você quisesse comprar *Madden Football* para PlayStation, o jogo custaria 60 dólares no varejo, e você teria que acampar em frente a uma loja de games até o lançamento. Glover tinha o jogo para vender ali mesmo por 10 dólares. Uma cópia do Adobe Photoshop custava 400 dólares. Com Glover, era possível comprá-lo por 20 dólares, com os cracks e os patches necessários incluídos. Uma cópia do programa profissional de engenharia AutoCAD custava 1.500 dólares no varejo. Glover a vendia por 40 dólares.

Muitos dos seus melhores clientes eram da fábrica, e daqueles em quem mais confiava ele cobrava um preço ainda mais em conta. Em vez de pagar 5 dólares por filme, por 20 dólares por mês era possível ter uma assinatura ilimitada — e não precisava nem dos DVDs. Glover havia aberto o próprio topsite em um servidor caseiro e, ao comprar uma senha, o cliente podia baixar tudo que quisesse. No topsite estavam disponíveis todos os filmes lançados em DVD nos últimos cinco anos, além de cópias dos últimos jogos, CDs de música, programas de computador e mais. Se um cliente quisesse algo de fora do topsite, só precisava postar um pedido e conseguia um arquivo dentro de uma hora. O vídeo sob demanda era uma tecnologia em potencial do futuro, mas, se você conhecia Glover, ela já tinha chegado. Ele oferecia o próprio Netflix de casa.

A rotina de Glover era frenética. Ele trabalhava doze horas por dia, voltava para casa, passava duas horas gravando mídias no computador, ia dormir, acordava poucas horas depois, escovava os dentes com os filhos, passava mais meia hora gravando mídias no computador e voltava para mais doze horas de trabalho na fábrica. Mas os lucros eram irresistíveis. Fazer todas as horas extras possíveis em um cargo de gerência lhe rendia quase 1.500 dólares de renda legítima por semana. Além disso, obtinha mais 2 mil dólares em espécie com os barbeiros, fora o que ele faturava nas vendas diretas. Pelos cálculos feitos de cabeça, em 2004 e 2005 Glover faturou mais com a pirataria do que com mais de três mil horas de trabalho legal. No total, ele devia tirar quase 4 mil dólares por semana — chegando perto de 200 mil dólares por ano.

Ele passou a fazer compras extravagantes. Comprou aros para a namorada, Karen Barrett — "Aros em um Honda", disse, abanando a cabeça; comprou videogames para os filhos; levou a família para a Disney; comprou outro quadriciclo, e depois outro; deu entrada em uma casa; pagou a pensão alimentícia e o cartão de crédito de uma vez só. E finalmente comprou o carro.

Vendeu o Cherokee no Craiglist e deu mais 24 mil dólares em dinheiro por um Lincoln Navigator 1999 completo, com pintura azul-petróleo metálica e interior de couro. Apesar de ser usado, para Glover o carro era só uma base a ser trabalhada. Com o dinheiro das vendas dos DVDs, ele começou a equipá-lo.

Primeiro, foram os pneus, que custaram 2 mil dólares. Em seguida, a entrada de ar do capô — 1.000 dólares. Faróis de xenônio — mais 1.000 dólares. Detalhes personalizados e luzes azuis de neon ao longo do chassi — no total, 3 mil dólares. Então, é claro, o sistema de áudio: 1.000 dólares pelo painel personalizado, 1.000 pelos alto-falantes frontais e mais 3 mil pelo rack traseiro de woofers de doze polegadas. Depois, vieram as películas para os vidros e, enfim, o conjunto completo de aros de aço 24 polegadas comprado na loja virtual DUB. Por anos, os rappers haviam preferido os "spinners" — aros de metal com rolamentos independentes, que os mantinham rodando com o carro parado. Para ser original, Glover inverteu as coisas. Por 1.000 dólares cada um, seus aros eram "floaters" — mais pesados na parte de baixo, eles pareciam parados mesmo com o carro em movimento.

As melhorias não foram baratas, porém depois de dez anos trabalhando sem parar Glover enfim colhia os frutos de tanto esforço. Durante a semana, era só mais um funcionário da fábrica, já nas noites de sábado, quando estacionava no Club Baha, todos reparavam nele. Ali, Glover podia tocar suas músicas em um sistema de som de 5 mil dólares — entre elas futuros sucessos que nem os frequentadores mais assíduos do Baha conheciam. Pessoalmente, e mesmo on-line, Glover sempre fora reservado, calado, modesto e talvez até se sentisse pouco à vontade ao falar. Agora, quando circulava pela cidade, deixava o carro falar por ele.

CAPÍTULO 15

No fim de 2004, o futuro da indústria fonográfica parecia sombrio. As vendas dos CDs haviam caído outra vez. A EMI, afundada em dívidas, estava prestes a pedir concordata. A BMG e a Sony estavam em processo de fusão, transformando as Cinco Grandes em Quatro Grandes. E a Time Warner, buscando "racionalizar" os negócios, tinha vendido o Warner Music Group, o selo que Morris administrara antes do problema com a Interscope. O selo havia sido comprado por Edgar Bronfman Jr.,[1] o homem que quebrou o império da Seagram e que foi chefe de Morris.

Morris agora era mais poderoso do que Junior, e sua participação no mercado com a Universal era maior do que jamais fora na Warner. Um em cada três álbuns vendidos nos Estados Unidos e um em quatro no mundo inteiro eram da Universal. Mas isso não era o suficiente: mesmo como a fornecedora número um da indústria fonográfica, o faturamento global da Universal havia caído. O CD estava se tornando obsoleto, e os lucros que Steve Jobs prometera que viriam do iTunes não tinham se materializado. As vendas de músicas em formato digital correspondiam a 1% da receita da Universal em 2005.

Morris fora forçado a fechar divisões inteiras da companhia. Desde 2002, mais de dois mil funcionários da Universal haviam perdido o emprego em três ondas sucessivas de demissões em massa. Houve um congelamento nas contratações, e os adiantamentos aos artistas começaram a encolher. Os gastos com marketing foram reduzidos, e os orçamentos para videoclipes passaram a ser restritos.

Mas essas medidas não se aplicavam a Morris. O Contrato ainda estava em vigor, e os registros corporativos da Vivendi mostram que, em 2005, com a indústria fonográfica a caminho do túmulo, Morris ganhou mais de 14 milhões de euros. Durante o aperto de cintos corporativo da Vivendi, só ele não fora atingido e agora era de longe a pessoa mais bem paga de toda a organização. Morris ganhava mais de seis vezes o que ganhava qualquer outro membro da administração, incluindo o CEO Jean-Bernard Lévy, que em tese era seu chefe. Doug Morris ganhava 50 mil dólares por dia — a mesma quantia que um funcionário honesto da linha de embalagem ganhava por um ano de

trabalho na fábrica.

A renda de Morris estava nos registros públicos e começou a atrair críticas. Como o homem que estava presidindo o declínio de um império podia ganhar tanto dinheiro? A resposta era que O Contrato avaliava seu desempenho não com base no seu faturamento, mas com base no seu retorno geral sobre o capital investido. Funcionava assim: no início de cada ano, Morris pedia A, certa quantia para o orçamento da corporação. Ao fim de cada ano, Morris devolvia B, a quantia que havia ganhado promovendo seus artistas. Contanto que B fosse maior do que A, Morris era pago. Mas como era possível fazer isso quando B estava diminuindo? Era fácil: bastava cortar A mais ainda.

A mensagem de Morris para a Vivendi a cada ano era simples: deem-me menos. Era algo difícil de dizer. Muitos — talvez a maioria — dos executivos corporativos teriam tropeçado nesse momento e virariam vítimas da própria ambição. Mas Morris era diferente. Embora suas declarações públicas fossem sempre otimistas, por trás das portas fechadas do escritório ele era um homem pragmático, com uma visão clara das coisas, que vivia pelos números da *Billboard*. A primeira coisa que fazia ao entrar no escritório todas as manhãs era checar os números das vendas. Ele enxergava o que estava acontecendo com a indústria melhor até do que os críticos mais duros, e o resultado era que ele nunca pedia mais capital do que seria capaz de lucrar em cima.

Mas cortar A significava demitir pessoas. Morris não gostava de fazer isso. Falava regularmente com um carinho genuíno das pessoas com quem trabalhava. Mesmo em períodos difíceis, tentava cultivar uma atmosfera otimista no escritório. Tinha o talento de um político para se lembrar de nomes, rostos e pequenos detalhes que faziam as pessoas se sentirem valorizadas. Além disso, fazia questão de mencionar o tempo todo como apreciava a lealdade de seus funcionários.

"Lealdade" era uma palavra muito ouvida nas diretorias das corporações — em geral pouco antes de alguém ser apunhalado pelas costas. Mas Morris era sincero quando falava de lealdade, e seu histórico comprovava isso. Em uma indústria volátil, ele manteve os mesmos artistas e a mesma equipe administrativa por quase doze anos. Promoveu executivos como Jimmy Iovine, L.A. Reid e Sylvia Rhone na maior parte de suas carreiras. Defendeu o 2 Live Crew e Tupac Shakur mesmo diante das críticas mais duras. Voltando um pouco mais, nos anos 1980 na Atlantic ele havia trabalhado com toda a dedicação por uma década para Ahmet Ertegun sem reclamar,

mesmo quando a maioria dos homens com a mesma ambição teria procurado novas oportunidades em outros lugares. E, no início da década de 1960, quando era um recruta de 23 anos servindo em uma base do Exército na França, havia conhecido a bela mademoiselle que mais tarde se tornaria sua esposa. Tiveram dois filhos e estavam se aproximando das bodas de ouro.

Mas negócios eram negócios. Embora em 2005 os CDs ainda representassem mais de 98% do mercado de vendas legais de álbuns, Morris não estava preso ao formato. Em maio daquele ano, a Vivendi Universal anunciou que reuniria a produção e a distribuição de CDs em uma única concha corporativa calcificada chamada Entertainment Distribution Company.[2] Agora, fariam parte da EDC vários depósitos imensos e duas fábricas de CDs de produção em grande escala: uma em Hanover, Alemanha, e outra em Kings Mountain, Carolina do Norte. A Universal continuaria produzindo todos os CDs nas fábricas, mas agora essa seria uma operação independente que permitiria observar a obsolescência dos discos ópticos de uma distância confortável.

Era uma das estratégias mais antigas no manual das finanças corporativas: desfazer-se de produtos que não estavam indo bem e conservar o que fazia sucesso. A EDC era uma clássica "pseudocompanhia", um conjunto inútil de produtos de crescimento lento, que requeriam um influxo intenso de capital e estavam prestes a ser aposentados. Em outras palavras, a EDC era um peso para A que acrescentava pouco a B. Que os consultores de investimentos encontrassem quem quisesse a EDC — a Universal havia se tornado digital, e os prenúncios da morte do CD tinham ficado altos o bastante para que até Doug Morris ouvisse.

O CD era o passado; o iPod, o futuro. As pessoas adoravam aquelas coisas estúpidas. Era difícil sair de casa sem ser atropelado por algum idiota correndo com fones de ouvido brancos e um Shuffle preso na roupa. As lojas da Apple estavam gerando mais vendas por metro quadrado do que qualquer outro negócio na história do varejo. A caixinha com um Nano elegante do tamanho de um biscoito wafer dentro foi o presente mais popular da história do Natal. Enfim, a Apple havia criado o dispositivo mais onipresente da história.

Desde o lançamento do iPod, o preço das ações da Apple valia sete vezes mais — a perdedora da tecnologia agora era maior do que a própria Universal. Isso deveria ser bom para Morris. Quando a Sony desencadeara a mania do walkman, a indústria fonográfica havia vendido dezenas de milhões de fitas. Depois, com a mania do discman,

vendera dezenas de milhões de CDs. Assim, pela lógica, o sucesso do mp3 player deveria ter significado dezenas — aliás, centenas — de milhões em vendas de arquivos mp3. Ou melhor, a venda de dez milhões de iPods deveria ter implicado a venda de dez *bilhões* de músicas pelo iTunes. Mas não era o que estava acontecendo. As vendas de músicas no formato digital estavam crescendo, mas não rápido o suficiente para garantir a recuperação dos lucros perdidos pela queda nas vendas de CDs. E o precedente legal estabelecido pelo caso RIAA *versus* Diamond determinara que o iPod não era um dispositivo de gravação como o walkman ou o Discman, apenas um disco rígido enaltecido. Por consequência, os iPods estavam cheios de material pirateado. Morris, que tinha assinado o acordo de 99 centavos com Jobs dois anos antes, agora criticava a Apple publicamente, afirmando que havia sido prejudicado pelo mesmo acordo.[3]

Morris protagonizava diversos episódios de petulância como esse. Na Atlantic, nos anos 1980, foi um dos primeiros executivos a abraçar o potencial da MTV e estimulou seus artistas a filmarem videoclipes para o canal. Em pouco tempo, no entanto, estava reclamando que o canal não lhe pagava o bastante para transmitir o material. O mesmo aconteceu com as rádios, onde Morris gastou milhões promovendo seus artistas para depois se queixar das porcentagens que recebia pelas transmissões. Criticar os termos dos acordos que ele próprio havia feito era um de seus hábitos, e — quem sabe? — talvez isso fosse uma tática de negociação. Mas, para seus críticos da era digital,[4] sua inconsistência crescente o fazia parecer perturbado e desligado.

Mesmo assim, ele devia saber que o verdadeiro problema não era a Apple. Alguém precisava produzir mp3 players, e não se podia culpá-los por terem feito um tão bom. O verdadeiro problema era o público. Os consumidores estavam infringindo a lei. Pagavam centenas de dólares por iPods, mas não estavam dispostos a dar nem um centavo para a indústria fonográfica. De certo modo, parecia que ainda não entendiam que compartilhar arquivos era ilegal.

Público estúpido. Buscando orientá-los e educá-los, no fim de 2005 a RIAA entrou com ações educativas contra 16.837 pessoas. Quase todos os acusados eram cidadãos comuns sem conexões com piratas de elite como os do RNS e do Oink. Eram João e Maria Download, que baixavam músicas do Kazaa e certo dia recebiam uma intimação da corte. O Projeto Hubcap atravancava os tribunais, e em pouco tempo mais da metade de todos os processos de propriedade intelectual correndo no âmbito federal nos Estados Unidos eram ações da RIAA

contra consumidores individuais. Os processos ajudavam na popularidade, mas, do ponto de vista de Morris, a indústria fonográfica só conseguiria sobreviver se o público entendesse as consequências legais do compartilhamento de arquivos.

Porém, enquanto quem baixava arquivos para uso pessoal podia ser reabilitado, o pirata dedicado era um caso incurável. Os integrantes da Scene e dos sites de torrents precisavam ser presos, e a RIAA continuou cooperando com o FBI para fazer isso acontecer. Havia muitas relações entre os vários grupos da Scene, e as batidas de 2001 tinham levado a um rapaz chamado Mark Shumaker, um cracker de software da Flórida que também era o líder do Apocalypse Production Crew (APC), grupo dedicado à pirataria musical.

A maioria das investigações de conspiração começava por baixo. Essa começou do topo. Com a colaboração de Shumaker, o FBI abriu um novo servidor para atrair vazadores semelhante ao que usara na Operação Buccaneer. Esse topsite falso, apelidado de "Fatal Error", ficou on-line por mais de um ano, pegando quase todos os membros do grupo. Em abril de 2004, o FBI entrou em cena, prendendo dezoito membros do APC em batidas coordenadas. Os conspiradores eram em sua maioria rapazes sem ambições que passavam a maior parte do tempo no porão em um computador, mas sem acesso interno na indústria fonográfica. Os casos de Bruce Huckfeldt e Jacob Stahler eram típicos: dois colegas de quarto de 22 anos de Iowa cujos hobbies eram tomar cerveja, assistir a lutas e fazer pirataria musical. Nem Huckfeldt nem Stahler haviam cursado universidade, e nenhum dos dois tinha qualquer conexão com a indústria. O que tinham eram amigos nos níveis mais baixos: vinham obtendo os vazamentos subornando funcionários do Walmart para terem acesso ao depósito, promovendo uma "redução no estoque".

Stahler e Huckfeldt não tinham antecedentes, mas foram acusados de conspiração e corriam o risco de passar cinco anos em uma prisão federal sem chance de condicional. Como quase todos os integrantes do APC, eles se declararam culpados e aceitaram cooperar em troca de clemência. Assim, foram levados aos subúrbios de Washington D.C. no estado da Virgínia para um encontro com Jay Prabhu, o conselheiro sênior do Setor de Crimes Cibernéticos do Departamento de Justiça, que estava representando o governo no caso.

Ser pego por pirataria musical era uma experiência desconcertante. Nenhum dos dois se considerava um criminoso — pelo menos não autores de algum crime sério. Embora tanto Stahler quanto Huckfeldt entendessem que suas ações em tese eram ilegais, achavam que

estavam no máximo pregando uma peça, e não cometendo um delito. Os dois ficaram surpresos com o mero fato de o APC estar sendo investigado, pois havia outros grupos muito mais visíveis e nocivos.

Para aumentar sua confusão, eles foram acusados na Virgínia. Nenhum membro do APC vivia no estado, nenhum dos álbuns vazados viera de lá, e o servidor-isca do FBI estava hospedado na Flórida. Prabhu explicou que isso se devia ao crime pelo qual estavam sendo acusados: não era roubo nem fraude, mas "conspiração para cometer infração de direitos autorais". "Conspiração" era a palavra-chave. A lei especificava que, se você roubasse um banco em Nova York, seria acusado em Nova York. Se roubasse um banco em Montana, seria acusado em Montana. Mas, se *falasse* sobre roubar um banco em Nova York *estando* em Montana, podia ser acusado em qualquer um dos dois estados. Os estatutos legais especificavam que, quando se tratava de conspiração, qualquer lugar onde a conspiração tivesse sido posta "em andamento" podia ser usado como jurisdição pelos promotores.

Ainda assim, Stahler e Huckfeldt estavam perplexos — não haviam viajado para Roanoke para discutir o vazamento de CDs em Des Moines. Por que a Virgínia, então? Porque Prabhu morava lá. Porque ficava perto de Washington D.C., onde Peter Vu trabalhava. Porque o grupo de cidadãos elegíveis para o júri era formado por servidores públicos federais que seguiam a lei, e porque seus júris tendiam a considerar os réus culpados com mais frequência do que em qualquer outra jurisdição federal do país. E, por fim, porque, anos antes, enquanto conversavam pelo AOL Instant Messenger, as trocas de mensagens de Stahler e Huckfeldt haviam sido transmitidas por um cabo de fibra ótica para um servidor da AOL em Falls Church, Virgínia, o que gerara um impulso eletrônico que durara uma fração de milissegundo. Aquele impulso momentâneo foi a única coisa necessária para enquadrá-los na definição "em andamento". Quando o assunto era conspiração digital, a jurisdição era qualquer lugar que o Departamento de Justiça quisesse.

Em Alexandria, Stahler e Huckfeldt foram chamados para conversar com Prabhu separadamente, mas os dois lembram das mesmas coisas. O conselheiro sênior do Departamento de Justiça era um asiático acima do peso com uma barbicha e usava sapatos ortopédicos. De um lado dele estava uma bandeira americana, do outro, uma foto do presidente George W. Bush. Centralizado atrás dele, havia um quadro branco. No quadro via-se um diagrama da cadeia de comando dos verdadeiros alvos da Operação Fastlink: os membros do Rabid Neurosis. No topo do diagrama, escrito com destaque, estava o nome

“Kali”.

Prabhu interrogou Stahler e Huckfeldt sobre o RNS. Eles conheciam algum membro do grupo? Não. Poderiam ter acesso a algum dos seus topsites? Não. Como o grupo estava conseguindo seu material? Não sabemos, senhor. Eles são disciplinados, senhor. Não falam conosco, senhor. A única coisa que sabemos sobre eles é que, por volta de 1999, começaram a nos superar nos vazamentos, e nunca mais conseguimos alcançá-los.

Prabhu insistiu. Cada encontro durava mais de duas horas, e ele voltava às mesmas perguntas todas as vezes. Mas Huckfeldt e Stahler não estavam mentindo — realmente não sabiam nada sobre o RNS. Prabhu não desistiu. O RNS podia ser bom, mas não era infalível. Se não sabiam de nada, alguém tinha que saber.

Para a Universal, pegar o APC foi um pequeno consolo. Esses não eram os caras principais. Esses caras eram peixes pequenos. Não prejudicavam as vendas. E, enquanto isso, a companhia enfrentava seus próprios problemas legais. Um procurador-geral durão do estado de Nova York chamado Eliot Spitzer vinha ameaçando fazer uma investigação em toda a indústria fonográfica citando evidências da prática do “jabá”. Spitzer havia descoberto um verdadeiro tesouro de documentos constrangedores vazados de dentro da Universal que exibiam um programa sistemático de subornos, com divulgadores pagando a DJs das rádios para colocarem suas músicas no ar.

Os escândalos de jabá eram um problema crônico da indústria fonográfica. Eles se repetiam sempre que os divulgadores esqueciam que havia punição para isso. Na Warner, Junior acabara de fazer um acordo de 5 milhões de dólares com Spitzer, e Morris sabia que provavelmente seria o próximo. Em março de 2006, chegou às mãos de Spitzer um arquivo de e-mails de dentro da Universal, evidenciando uma série de subornos em dinheiro e presentes em troca de uma grande rotação dos artistas da gravadora durante a hora do rush. O nível geral de corrupção era baixo. Algumas centenas de dólares em mercadoria com alta procura eram o bastante para incitar qualquer DJ. Observadores da indústria se perguntavam se, em um período de declínio da importância do rádio, o crime sequer merecia atenção. A indústria fonográfica estava em colapso, e Spitzer queria processá-los pela distribuição de 300 dólares em vales-presente da Amex?

Mas o rádio ainda gerava sucessos, e era um componente importante da estratégia de negócio de Morris. Além disso, o jabá era só parte do problema. A Universal também vinha praticando o

"Astroturf" — a contratação de centrais telefônicas mercenárias para ligarem para as estações de rádio pedindo "sucessos", o que criava uma aparência artificial de demanda onde ela era inexistente. As campanhas de Astroturf miravam públicos em grupos demográficos específicos. Em julho de 2004, por exemplo, dúzias de estações de rádio do país inteiro receberam uma série de telefonemas falsos de "Mulheres de dezoito a 24 anos, todas negras".[5] Mercados-chave, como Nova York e Chicago, eram bombardeados por até quarenta pedidos falsos por semana para tocar a música "Rain on Me", de Ashanti, que estava tendo dificuldades para deslanchar.

Os artistas de mais sucesso como Eminem e 50 Cent não precisavam desse tipo de apoio. Eles geravam uma demanda real pela qualidade de suas músicas. Assim, os falsos hits da Universal tendiam a ser associados a artistas de menos sucesso: o ex-integrante de boy band Nick Lachey, o esquisitão do hip-hop DMX e o projeto egocêntrico e desastroso de Lindsay Lohan. A Universal tinha a obrigação contratual de promover e apoiar esses músicos, mesmo que sua produção artística não justificasse tal apoio. Era aí que entrava o Astroturf, seguindo a lógica de que, se você pudesse fazer uma música *parecer* popular, talvez ela conseguisse cruzar algum limiar invisível e *se tornar* popular de verdade.

E às vezes funcionava. Em junho de 2005, Lohan estrelara *Herbie: Meu fusca turbinado*, uma revisitação da Disney de *Se meu fusca falasse...* A música-tema do filme era "First", cantada por uma Lohan desesperada implorando atenção de um namorado negligente. Não havia muita demanda por mais uma canção melosa como essa, e após o lançamento do filme "First" não conseguiu chegar às paradas. Entretanto, depois de um fim de semana de estreia morno, o programa da MTV *TRL* (*Total Request Live*), equivalente americano do *Disk MTV*, foi inexplicavelmente bombardeado por pedidos pela música. A linha do assunto de um dos e-mails recolhidos por Spitzer dava uma ideia da verdadeira fonte da popularidade da música:

> PSC: estamos contratando uma companhia de pedidos a partir de segunda-feira para aumentar a posição de Lindsay no *TRL*.[6]

A música entrou no Top 10 do *TRL* e passou mais de um mês alternando-se entre várias posições do top. E não foi só isso: graças a essa manobra da Universal, o álbum *Speak*, de Lindsay Lohan, conseguiu um disco de platina. (Pior ainda, alguns infelizes receberam uma lavagem cerebral e pagaram dinheiro de verdade para assistir a *Herbie: Meu fusca turbinado*.) Parecia que sucessos *podiam* ser

fabricados do nada — contanto que você tivesse uma central telefônica cheia de mentirosos mal pagos e algumas centenas de dólares em vales-presente.

Morris não foi pessoalmente mencionado nos documentos. A Universal fechou um acordo fora do tribunal com um cheque de 12 milhões de dólares e sem admitir ter praticado um delito. Era um "processo" típico de Spitzer: ninguém ia para a prisão, e, exceto pelo dinheiro, não havia repercussões. Entretanto, serviu de alerta para a indústria maneirar na prática. Quem sabe até produzir alguns hits de verdade.

Mas Morris sabia que, não importava quão boa uma música fosse, ainda era necessário divulgá-la. Ele encarava esse processo como se fosse uma ciência. Primeiro você compunha uma ótima música. Essa era a parte difícil, mas Morris sabia identificar um hit quando o ouvia. Em segundo lugar, colocava a música nas rádios e na televisão. Como as ondas do rádio e da televisão eram monopólios sob uma supervisão rígida do governo, você precisava ter cuidado nessa etapa para não ter problemas com a lei. Por sorte, as estações de rádio precisavam de você tanto quanto você precisava delas. Por fim, você prensava e distribuía seu álbum, e depois de ouvir aquela ótima música no rádio as pessoas saíam e compravam o álbum inteiro em CD.

Agora, porém, a última etapa fora comprometida. Ninguém precisava mais comprar o álbum inteiro. Mesmo que tivesse algum tipo de compulsão atávica que o obrigasse a pagar por uma música, você só precisava comprá-la em mp3 no iTunes. Durante anos, a indústria vendera músicas que até mesmo seus criadores admitiam não serem muito boas.[7] Agora eles estavam pagando o preço. Em termos econômicos, as vendas dos álbuns eram um exemplo clássico da venda casada — depois de ter sido enganado pelo *TRL*, o consumidor agora queria ouvir "First", mas tinha que comprar *Speak* para ouvi-la. Quem precisava de doze músicas de Lindsay Lohan? Uma era mais do que o bastante.

É claro que houve um tempo em que os músicos faziam um álbum valer. Compunham sessões inteiras que ocupavam os quatro lados de um álbum duplo em vinil. Essa havia sido a era Ertegun, da qual Morris se lembrava com carinho, quando o Led Zeppelin compunha doze faixas que requeriam dois LPs inteiros numa visão artística holística. Você se sentava em casa ao lado da sua vitrola com fones de ouvido e um baseado e então passava duas horas ouvindo todo o *Physical Graffiti* em sequência. Mas o rock feito para álbuns morrera na década de 1980, vítima da MTV e do walkman, e nos últimos vinte

anos a música fora um negócio voltado para hits.

Os rappers, em particular, trabalhavam inteiramente focados em hits. Seus sucessos eram explosivos, mas seus álbuns estavam cheios de porcaria: rimas preguiçosas e batidas inacabadas, músicas descartadas de principiantes, piadas ininteligíveis. Era mais divertido ouvir "In Da Club" dezesseis vezes seguidas do que ouvir *Get Rich or Die Tryin'* inteiro uma vez só. Deitar no chão com seus fones de ouvido já não era uma opção; agora a moda era correr pelo parque com o dedo nos botões do mp3 player. Ninguém ouvia um álbum de rap inteiro, nem os próprios artistas. O gênero no qual a Universal havia apostado seu futuro era o menos indicado para a sua abordagem de promover a venda de álbuns por meio de hits.

Morris estava familiarizado com os princípios econômicos desse novo modelo de negócio — na verdade, era um modelo de negócio antigo, mas abandonado havia um bom tempo, que agora, contra todas as expectativas, fora reintroduzido. Quando ele começara a trabalhar como assistente de compositor com Bert Berns na Laurie Records, em 1963, o álbum ainda era uma raridade extravagante. Como a maioria das gravadoras da época, a Laurie vendia principalmente músicas em vinis de sete polegadas, comercializados nos Estados Unidos a 10 centavos de dólar. Morris, que ainda lembrava bem daqueles dias, podia ver como a nova abordagem digital lembrava a antiga. Fazendo os ajustes de acordo com a inflação, os termos contemporâneos eram quase idênticos. O álbum estava desaparecendo. Morris continuava lá.

Isso — mais do que a pirataria, mais do que as cópias ilegais, mais do que qualquer outra coisa — era o que de fato estava matando a indústria fonográfica. Morris já enterrara estoque não vendido o suficiente durante sua vida para saber que o sistema anterior não era muito eficiente. Na realidade, em um ano ruim às vezes parecia ser mais fácil levar os álbuns *diretamente* para o aterro, evitando assim as complicações da cadeia de fornecimento. De uma perspectiva holística, portanto, o sistema digital produzia muito menos desperdício e dava aos consumidores o que queriam muito mais rápido. O único problema era que ele não chegava nem perto de render tanto dinheiro quanto o sistema antigo.

Alguns artistas da Universal também começaram a identificar essa mudança na dinâmica econômica. Por que pagar a um DJ corrupto para tocar sua música quando bastava colocá-la na internet? Por que se dar o trabalho de passar por todo o ciclo tradicional do lançamento de um álbum quando esse ciclo estava sendo prejudicado em todas as

etapas por vazamentos? Aliás, por que sequer lançar um álbum? Não havia nada de sagrado em 74 minutos de música. Nem eram uma decisão estética, mas apenas o limite da capacidade de armazenamento de um CD. Por que não simplesmente lançar algumas músicas?

Na vanguarda desse novo modelo econômico estava o Cash Money Millionaire Lil Wayne. Tanto Wayne quanto sua gravadora vinham passando por dificuldades, e a investigação do pagamento de jabá de Spitzer havia mostrado que até os Big Tymers de Birdman estavam recorrendo ao suborno para ganhar espaço nas rádios. Pior ainda, muitos dos astros originais da gravadora haviam debandado depois de disputas por direitos autorais com Birdman e Slim. *Tha Carter*, lançado em 2004, deveria ter sido o álbum de retorno de Wayne, mas de algum modo ele tinha vazado da cadeia de abastecimento da Universal exatamente duas semanas antes do lançamento e não conseguira sequer um disco de ouro no primeiro ano. "Go D.J." obtivera um pequeno sucesso, mas fora de Nova Orleans as pessoas já não falavam muito de Lil Wayne. Ele corria o risco de ser esquecido como aconteceu ao seu velho amigo Juvenile, com quem rompera relações. E já havia um purgatório dos "Lils" esquecidos no rap: Lil Romeo, Lil Bow Wow, Lil Caesar, Lil Keke...

Wayne ficou esquisito.[8] Deixou os dreads crescerem e cobriu o corpo com tatuagens bobas. Fumava maconha religiosamente e desenvolveu um vício por xarope para tosse à base de codeína. Sua voz perdeu qualidade e clareza. Sua produção tornou-se psicodélica. Em 2003, ele era um adolescente magricela comum que fazia rimas básicas sobre uma batida básica. Em 2005, havia se transformado no Homem Ilustrado, e sua voz afinada por computador soava como uma transmissão distorcida do espaço sideral.

Ele começou a disponibilizar todas as suas gravações para download gratuito na internet. Sem orçamento para promover as músicas nem execuções no rádio, e em paralelo a seu ciclo de lançamento comum, Wayne começou a lançar duas ou três mixtapes por ano. Tradicionalmente, uma mixtape era o que você distribuía como demo para conseguir um contrato com uma gravadora. Mas Wayne tinha contrato com uma gravadora desde os doze anos, e não estava dando certo para ele. Musicalmente, as mixtapes eram ótimas, muito melhores do que seus álbuns. Elas eram estranhas, engraçadas e dançantes, cheias de camadas e letras inteligentes que valia a pena ouvir várias vezes. Pegavam batidas emprestadas de outros álbuns, bem como de músicas de outros rappers, e as aperfeiçoavam, às vezes

drasticamente. Algumas dessas mixtapes foram *10,000 Bars*, *Da Drought*, *Da Drought 2*, *The Prefix*, *The Suffix*, *Blow*… dúzias de faixas desconhecidas, faixas com as quais ele não ganhava dinheiro, nem *poderia* ganhar dinheiro, já que continham trechos que o fariam ser processado.

No fim de 2005, Wayne se juntou a DJ Drama, um produtor de Atlanta sem contrato com nenhuma gravadora, para produzir uma mixtape chamada *Dedication*. Drama já atraíra alguma atenção com o lançamento de mixtapes dos rappers promissores de Atlanta T.I. e Young Jeezy. Disponibilizada na internet em dezembro, exclusivamente em formato mp3, *Dedication* foi um sucesso surpreendente que impulsionou a carreira dos dois artistas. Sua popularidade veio não pela rádio, mas pela blogosfera, onde fãs de hip-hop ficaram impressionados com a qualidade que Lil Wayne de repente adquirira. O "novo" Lil Wayne começou a receber todo tipo de atenção da imprensa, em especial de sites que ditavam tendências como *Pitchfork* e *Vice*.

Cinco meses depois, Lil Wayne voltou a trabalhar com Drama em *Dedication 2*. A mixtape era inteligente, engraçada, estranha, profana e esquisita, tudo isso de um modo fascinante. Nela, Wayne sampleou todo mundo — Outkast, Biggie, Nancy Sinatra — e não pagou um centavo a ninguém. O *Pitchfork*, a *Rolling Stone* e até a *New Yorker* a chamaram de um dos melhores lançamentos de 2006 — um elogio da imprensa tradicional que teria sido impensável para Wayne apenas dois ou três anos antes. Ao vazar o próprio material antes de qualquer um, Wayne recuperou a carreira. Enquanto Jay-Z e Eminem queixavam-se dos vazadores, Wayne abraçava-os. Com isso, aproveitou-se da era da internet melhor do que qualquer outro artista antes dele. Sua autodescrição como "o melhor rapper vivo" começou a ser levada a sério.

Mas a revolução do mp3 ainda não estava completa: o modelo de 2005 do iPod, vendido no varejo a 300 dólares, ainda era uma aquisição de luxo, e a maioria dos fãs de Wayne não podia comprá-lo. Eles ainda estavam na era do CD, e Drama atendia esse público com a produção e a distribuição dos mixes em CDs gravados por funcionários dedicados a essa função específica em escritórios de Atlanta. Os CDs chegavam às lojas urbanas, cujos proprietários registravam as vendas no SoundScan, enquanto a *Billboard* reportava diretamente os números. As mixtapes começaram a chegar às paradas de sucesso, apesar de usarem trechos sem licença e nem sequer serem tecnicamente álbuns.

O ressurgimento do selo Cash Money pegou os executivos da Universal de surpresa. Os direitos de distribuição do selo tinham sido anexados à Motown Records em 2004, e Morris havia colocado Sylvia Rhone como encarregada de sua administração. Morris já contratara Rhone anos antes, quando trabalhava na Time Warner. No selo da Warner Elektra, ela se destacara, sobretudo no trabalho com fãs dedicados a grupos como Metallica e Phish. Morris a admirava, e ela era um talento comprovado. Na Motown, entretanto, ela não entendeu o que Wayne estava fazendo. "As mixtapes eram claramente muito preocupantes para nós como gravadora", contaria mais tarde à *Rolling Stone*. "Elas vão contra o que gostaríamos que nossos artistas fizessem."[9]

Essa e várias citações semelhantes só serviam para aumentar a aura de confusão entre os executivos da indústria fonográfica, o que levaria a um episódio constrangedor um ano mais tarde, quando policiais trabalhando em parceria com Brad Buckles na RIAA prenderam o DJ Drama sob suspeita de pirataria. O estúdio de Drama em Atlanta foi alvo de uma batida, e milhares dos CDs que ele gravara com mixtapes foram confiscados. Os CDs haviam recebido o selo "Cópia promocional. Venda proibida", mas na prática estavam sendo vendidos. E, como as mixtapes tecnicamente continham trechos usados sem licença, aos olhos da lei pareciam parte de uma conspiração.

Os policiais que fizeram a batida disseram a Drama que ele estava sendo preso sob acusação de extorsão. O incidente foi um erro revelador. Drama relançara a carreira do novo rapper mais popular da Universal, e a RIAA reagira orquestrando uma batida em seu estúdio. Durante algum tempo, a confusão reinou, mas no fim das contas ele nunca recebeu qualquer acusação formal.

No âmbito federal, as coisas também estavam difíceis para o agente especial Peter Vu. Após três anos, ele fez pouco progresso na Operação Fastlink e no caso do RNS. É possível que tenha perdido uma pista importante. Em 2005, após uma reunião com a RIAA, alguém do FBI havia registrado um memorando interno que citava a fábrica de Kings Mountain como uma possível fonte de vazamentos. Contudo, depois que a Universal se desfez das instalações de produção de CDs, os agentes não deram mais atenção ao relatório.

Em vez disso, tentaram uma abordagem menos ortodoxa. O líder do RNS, que Vu agora conhecia como "Kali", parecia se comunicar apenas com membros da Scene que tinham um longo histórico de acesso interno e vazamentos. Então, e se o FBI criasse tal histórico? E

se, com a cooperação da indústria fonográfica, o próprio FBI começasse a vazar alguns álbuns?[10] Se Lil Wayne podia fazer isso, por que a polícia federal não podia? Era o tipo de tática de espionagem que os agentes já haviam usado no passado para se infiltrar nos grupos de tráfico de narcóticos e na máfia. Mas a ideia não chegou a lugar algum — a indústria fonográfica tinha deixado claro que sob nenhuma circunstância permitiria que o FBI vazasse um álbum antes do seu lançamento.

Desse modo, sobrava apenas uma linha de investigação: os piratas restantes do APC. Mais uma vez, Prabhu e Vu convocaram os que haviam se declarado culpados de conspiração em 2004. E continuaram balançando a árvore do APC por algum tempo, até que, no início de 2006, alguém enfim abriu a boca. Seu nome era Jonathan Reyes. Ele estudava na College Station, Texas, e era conhecido on-line como "JDawg". Reyes estabelecera contato com um membro do Rabid Neurosis e, por meio de um servidor FTP compartilhado, achou que poderia conseguir o endereço de IP do suspeito. O FBI seguiu a pista, e então, no fim de 2006, Vu deu a boa notícia aos seus superiores: ele finalmente havia grampeado a conexão de internet de um membro do RNS.

CAPÍTULO 16

O crescimento do Oink havia explodido. No início de 2006, o site tinha cem mil usuários e hospedava torrents de quase um milhão de álbuns diferentes, o que o tornava quatro vezes maior do que a iTunes Store. A base de usuários do site fazia upload de 1.500 novos torrents por dia. Cada álbum estava disponível em diversos formatos, e logo o Oink tinha discografias completas e minuciosamente documentadas de qualquer músico em que se pudesse pensar. A faixa mais obscura do artista mais obscuro que alguém conhecesse seria encontrada lá, em cada lançamento e relançamento, incluindo cópias promocionais descartadas, gravações divididas em discos de sete polegadas e faixas-bônus de prensagens japonesas das quais nunca se ouvira falar.

Peguemos, por exemplo, o artista Nick Drake. Obscuro em vida, Drake vendeu apenas cinco mil cópias do último álbum, *Pink Moon*, antes de sofrer uma overdose de remédios aos 26 anos em 1974. Nos 25 anos que se seguiram, sua reputação foi crescendo gradualmente. Tornou-se um "músico dos músicos", amado por conhecedores, mas desconhecido para o público em geral. Foi então que, em 1999, a faixa-título de *Pink Moon* foi usada em um comercial do Cabrio, da Volkswagen: jovens formadores de opinião em um passeio noturno ao som da letra cronicamente depressiva do cantor sobre a insignificância da vida. O comercial terminava com a câmera focando na lua, que é substituída pelo logotipo da Volkswagen.

A campanha foi um fracasso do ponto de vista da Volkswagen. O Cabrio nunca vendeu bem nos Estados Unidos e saiu de linha três anos depois. Mas o efeito da exposição do catálogo de Drake foi dramático — os anunciantes tinham vendido a música melhor do que o carro. Em poucos meses, depois da primeira exibição do comercial, *Pink Moon* havia vendido mais cópias do que vendera no último quarto de século.[1] E, como Drake havia lançado suas músicas no selo Island, do Reino Unido, seu catálogo agora fazia parte do gigante chamado Universal Music Group. Os executivos não tardaram em se aproveitar do presente inesperado.

Você podia descobrir isso tudo no Oink, que parecia mais uma exposição de museu sobre o pós-vida de Drake, reportando as

tentativas contínuas de obtenção de lucros a partir do crescimento da sua reputação em termos de crítica e vendas. Os arquivos incomparáveis do site disponibilizavam *Pink Moon* ripado a partir de oito fontes diferentes: a excepcionalmente rara e extremamente valiosa primeira edição em vinil de 1972, lançada pela Island Records; o relançamento em um box de CDs de 1986 da Hannibal Records; o lançamento em CD de 1990 da Island; o re-relançamento em CD de 1992 da Hannibal; o re-re-relançamento de 2000 da Island pós-Cabrio; o re-re-relançamento simultâneo da Simply Vinyl em vinil de 180 gramas especialmente para fãs de música obcecados por qualidade, também de 2000; o re-re-re-relançamento em CD remasterizado digitalmente pela Island de 2003; e o re-re-re-relançamento em vinil do braço japonês da Universal Music de 2007. Cada um desses lançamentos depois era codificado em uma sopa de letrinhas de tipos de arquivos — FLAC,[2] AAC e mp3 —, de modo que, no fim das contas, havia mais de trinta opções só para o download desse álbum.

Não se encontravam coisas assim no iTunes. O tamanho e a variedade do catálogo do Oink eram maiores do que qualquer repositório on-line, e, considerando sua natureza fragmentada, ele era essencialmente indestrutível. Entretanto, o crescimento do site dificultava sua manutenção. Alan Ellis agora passava quase todo o seu tempo livre administrando o site, o que afetou suas notas, fazendo-o atrasar um ano na universidade. No verão de 2006, o Oink estava recebendo dez mil acessos por dia, e as contas de hospedagem eram de milhares de dólares por mês. Várias vezes, Ellis teve que fazer campanhas de arrecadação na página inicial do site. A resposta da comunidade era incrível. Dentro de um ano, o exército de Ellis doou mais de 200 mil libras. As pessoas gostavam do Oink e estavam dispostas a pagar por ele.

Isso gerou um excedente. Em suas postagens regulares na página inicial do site, Ellis era transparente em relação às finanças do Oink e aos custos envolvidos na manutenção do site, mas o que ele fez logo a seguir foi incomum e, para seus detratores, muito suspeito. Enquanto continuava insistindo publicamente que o site era um projeto sem fins lucrativos, nos meses seguintes Ellis abriu dez contas de banco separadas em seu próprio nome e então transferiu o excedente das doações feitas na conta do PayPal do Oink para essas pequenas contas pessoais.

Ellis mais tarde argumentaria que as transferências eram uma tentativa de reduzir os riscos. Ele achava que corria o risco de ter uma conta congelada ou confiscada — algo que o PayPal já fizera com

outras contas relacionadas a acusações de violação de direitos autorais. Ele pensou que, quanto mais contas tivesse, menos perderia caso uma delas fosse congelada. E, em sua defesa, não havia evidências de que Ellis usara nenhum centavo do dinheiro das contas bancárias em gastos pessoais. Enquanto ele se tornava o rei da pirataria, sua vida pessoal continuava sendo um modelo de simplicidade. Vivia como um estudante, alugando um apartamento que dividia com colegas de classe, preparando as refeições para ele e a namorada sem gastar muito e se deslocando pela cidade de ônibus.

A despeito de suas motivações, o temor de Ellis em relação a um possível confisco era justificado. Em maio de 2006, autoridades suecas fizeram uma batida na fazenda de servidores que hospedava o Pirate Bay, confiscando o computador que hospedava o site e prendendo seus fundadores. O principal site público de torrents saiu do ar, e, por um momento, parecia que a revolução dos torrents havia levado um golpe fatal. Mas os operadores do site foram cautelosos e haviam antecipado a possibilidade de uma batida. Mantiveram cópias da base de dados do tracker em um local secreto, e em três dias um servidor de backup foi usado para colocar o site de volta no ar. A batida no Pirate Bay ganhou manchetes no mundo todo, e seus fundadores enfrentavam a possibilidade de ir para a prisão, mas a resiliência do site só serviu para atrair ainda mais a atenção do público para a tecnologia do torrent.

O Oink se beneficiou dessa mesma atenção e continuou crescendo. Pouco tempo depois, começaram a chegar notícias de outras operações bem-sucedidas contra a pirataria. No mundo inteiro, detentores de direitos autorais haviam se convencido de que deveriam impor a lei pelas próprias mãos e então contrataram firmas de advocacia e detetives particulares para encontrar propriedades intelectuais hospedadas ilegalmente on-line. Esses responsáveis pela aplicação da lei autoral a princípio eram educados — escreviam e-mails simples e desprovidos de quaisquer ameaças para Ellis lhe informando que estava violando direitos autorais e lhe pedindo que desabilitasse os torrents que infringiam a lei. Ao contrário dos caras do Pirate Bay, que se orgulhavam de ter mandado Spielberg se danar, Ellis era diplomático. Embora nunca tenha se declarado culpado, desabilitou vários torrents em resposta aos pedidos, prática que qualificou como "bem-intencionada".

Quando Ellis enfim se formou, em 2007, o exército do Oink tinha 180 mil membros. Entre seus soldados de infantaria estavam vários músicos famosos, incluindo Trent Reznor, do Nine Inch Nails, que

admitiria em uma entrevista ser um usuário ávido do site e o descreveu como "a maior loja de discos do mundo".[3] O próprio Ellis era prova disso. Enquanto administrava o site, passara de um casual apreciador de música para um grande fanático. Ele usou o site de rádio on-line Last.fm para publicar seus hábitos como ouvinte de música[4] e durante os três anos que havia passado administrando o Oink ouviu mais de 91 mil faixas — o equivalente a seis mil horas de música.

Seus conhecimentos musicais não foram os únicos beneficiados. Com o Oink, Ellis se tornou um especialista nas habilidades de desenvolvimento web e administração de banco de dados, conhecimentos que sua educação acadêmica não conseguira oferecer. Depois de se formar, foi isso, muito mais do que o diploma, que o levou a conseguir um emprego. Ellis passou a trabalhar como gerente de TI em uma companhia química de Middlesbrough, ganhando 35 mil libras por ano. Após entrar para o mercado de trabalho, passou a manter um orçamento mensal meticuloso em uma planilha no computador. A planilha não citava as doações para o Oink como uma fonte de renda — doações que, na época, totalizavam em média 18 mil dólares por mês.

Para o usuário final, contudo, as doações eram apenas uma pequena parte da história. A maioria estava mais preocupada em manter suas taxas de upload / download e já estava ficando sem material para subir. Isso só lhes deixava uma opção: uma conexão de internet com velocidade máxima. Os adolescentes fãs de música e fanáticos por downloads conseguiam isso usando a mesada que recebiam dos pais, mas para todas as outras pessoas a conexão custava dinheiro de verdade. Isso significava pagar por mais largura de banda doméstica ou alugar um servidor "seedbox" de uma companhia de hospedagem a 20 dólares por mês, o que milhares de Oinkers faziam.

Por que as pessoas estavam pagando para usar o Oink? Não era fácil dominar a tecnologia do torrent, era difícil manter um bom equilíbrio entre downloads e uploads, os moderadores dos fóruns eram verdadeiros nazistas e subir um único byte de dado para o site tecnicamente era um crime de conspiração. Muitas coisas encontradas no Oink também estavam disponíveis no Pirate Bay e no Kazaa, e, a partir de determinado ponto, teria sido melhor pagar pelo iTunes, certo? As teorias eram várias. Os economistas clássicos acreditavam que os benefícios das opções ilimitadas para o usuário superavam o custo da manutenção do equilíbrio download / upload e o risco de ser pego. Já os economistas comportamentais observavam que uma base

de usuários havia se acostumado a consumir música de graça e agora se recusava a pagar por ela. O teórico político, por sua vez, via uma base de dissidentes ativos lutando contra a "segunda Lei dos Cercamentos"[5] e tentando preservar a internet livre do controle corporativo. Os sociólogos os viam como amantes de grupos — pessoas movidas pelo apelo da exclusividade do Oink.

As melhores respostas para a pergunta, contudo, foram recolhidas no próprio site. O alto tráfego nos fóruns de usuários do Oink revelou uma comunidade que lembrava o próprio Ellis: indivíduos em sua maioria do sexo masculino de vinte e poucos anos e da classe média, com conhecimentos técnicos avançados, matriculados em universidades ou no primeiro emprego. Um número significativo de membros não tinha sequer essa sorte, mas eram o que o governo britânico chamava de "NEETS": Not in Education, Employment, or Training [nem estudando, nem trabalhando, nem em treinamento]. Shows eram um assunto popular nos fóruns; drogas também. Uma das discussões mais longas simplesmente perguntava: "Por que você pirateia música?" Milhares de respostas diferentes foram postadas. Os Oinkers falavam sobre o custo, o desprezo pelas grandes gravadoras, o nascimento de um novo tipo de comunidade, um corajoso ativismo político e, às vezes, apenas ambição. Outra discussão — na verdade, uma melhor — pedia aos usuários que postassem fotos de si mesmos. Se as selfies de webcam revelavam alguma coisa sobre o típico pirata musical, era uma atração incomum por piercings no nariz. Mas o mais importante era a simples *existência* desses fóruns. Eram um lugar para aprender sobre a tecnologia emergente, novas bandas, shows underground, e até sobre como a indústria fonográfica de fato funcionava. O iTunes era só uma loja; o Oink era uma comunidade.

Ellis cultivava essa atmosfera de forma consciente. A maioria dos trackers privados fracassou. Os operadores dos sites eram distantes e não se comunicavam com os membros. O resultado disso era que não faziam upload de muito material. Ellis, ao contrário, demandava uma linguagem civilizada, mesmo enquanto estimulava os usuários a desenvolverem níveis cada vez maiores de arrogância musical e de conhecimentos técnicos. Às vezes, ele parecia promover uma visão quase utópica, mas sua utopia funcionava. É claro que o resultado era ilegal, mas era também algo de grande valor, produzido pela cooperação e de forma inteiramente oposta às expectativas de compensações em espécie que pareciam governar o comportamento humano na era do capitalismo.

A vida de Ellis durante esse período assumiu dimensões simples,

quase monásticas. Dividia o apartamento onde morava numa cidade horrível no meio do nada, de manhã ia fazer um trabalho para o qual ninguém dava a mínima e no fim do dia voltava como o venerável abade do mundo on-line. Em fóruns de compartilhamento de arquivos de toda a internet, os convites para o Oink tornaram-se uma mercadoria rara e às vezes eram trocados até por dinheiro. (Prática que Ellis desencorajava.) Além disso, nesses fóruns, o Capitão Oink também era homenageado e celebrado.

Um tipo menos amigável de atenção surgiu dos detentores de direitos autorais. Em 2007, a caixa de mensagens do site estava transbordando de e-mails com acusações, e o diálogo educado fora trocado por jargões jurídicos ameaçadores. M.I.A., The Go! Team e Prince conseguiram ter seus catálogos retirados do site. Outros artistas menos populares também: "Os trotes passados para o TUBE BAR não são de domínio público, e sim propriedade autoral dos Bum Bar Bastards LLC, e são distribuídos exclusivamente pela T.A. Productions",[6] dizia um aviso memorável. "Exigimos a cessação da distribuição não autorizada do nosso material protegido por direito autoral."

Ellis começou a se preocupar com essa exposição. O Oink havia crescido demais, rápido demais. Havia usuários demais e pouquíssimo material novo para ser adicionado. A reclamação mais comum dos novos membros era que não havia "mais nada para fazer upload".[7] O melhor modo de manter a proporção download / upload no Oink era encontrar algo inteiramente novo, e à medida que o site crescia a forma mais fácil de fazer *isso* era se infiltrar na cadeia de abastecimento da indústria fonográfica. Começou a aparecer material vazado no Oink, às vezes semanas antes do lançamento. Com frequência, eram vazamentos de Glover, mas a base de usuários do Oink, motivada pela economia implacável de proporções de download, começou a tirar material até mesmo do RNS.

Ellis não era membro da Scene e não estava interessado em se infiltrar nas cadeias de abastecimento das gravadoras. Ele era um arquivista, não um vazador, e sabia que liberar material inédito atrairia uma atenção da qual não precisava. Buscando mitigar o problema, começou a considerar a possibilidade de abrir espaço para outras mídias, o que permitiria que os usuários fizessem contribuições significativas sem precisar vazar material. A televisão e os filmes não eram uma opção — outros trackers particulares já se concentravam nesse território, e havia um consenso tácito entre os operadores dos sites para não pisarem no território uns dos outros. Assim, ele acabou

decidindo permitir o upload de audiobooks.

Para um site que já havia pirateado a grande maioria das músicas gravadas na história, parecia uma decisão inconsequente, mas Ellis já tinha mexido com uma das forças primordiais da natureza. Na época, J.K. Rowling estava perto de se tornar a autora mais rica na história dos livros impressos. Sua saga de sete livros de Harry Potter havia quebrado todos os recordes de vendas e fora traduzida para 67 línguas, incluindo frísio ocidental e grego antigo. Um acordo para a produção de oito filmes com a Warner Brothers transformara a atriz Emma Watson e o ator Daniel Radcliffe em nomes de fama internacional. A franquia literária continha a narrativa mais vendida da história do mundo editorial e a franquia cinematográfica alcançou as maiores bilheterias da história do cinema no mundo inteiro. A versão em áudio da obra compartilhava a mesma popularidade. Narrada pelo amado comediante britânico Stephen Fry, foi o audiobook mais vendido da história dessa mídia.

A história pessoal de Rowling era comovente. Ela era uma mãe divorciada que escrevera a maior parte do primeiro livro enquanto recebia seguro-desemprego. A primeira edição de *Harry Potter e a Pedra Filosofal* teve apenas mil cópias encomendadas para impressão — essas edições agora valiam dezenas de milhares de dólares. A narrativa popular, no entanto, tendia a se concentrar mais na fase pobre do que na fase rica da história da autora, o que ofuscava seu espantoso tino para os negócios. A globalização havia tornado a propriedade intelectual mais valiosa do que nunca, e Rowling soube maximizar o potencial da franquia. Ela era a nova Walt Disney, implantando um cativante grupo de personagens na imaginação do público e os tornando ativos comerciais imortais que não paravam de produzir lucros. Ao final da década, ela seria a primeira bilionária do mundo editorial. E, como sempre, o valor da propriedade intelectual dependia muito da supressão da pirataria.

Rowling havia contratado uma firma de advocacia chamada Addleshaw Goddard para fazer o trabalho sujo. Os especialistas em lei autoral da Addleshaw Goddard eram inteligentes — e aparentemente muito bem conectados. No fim de junho de 2007, Ellis recebeu um pedido de atualização da Nominet, o serviço de hospedagem em que registrara o website Oink.me.uk. O e-mail informava que, embora Ellis tivesse fornecido seu nome, a companhia não possuía um endereço no seu cadastro, conforme exigido pela política interna. Ele poderia fornecer seu endereço atual e seu código postal apenas para fins de cobrança? Caso não fornecesse, o domínio poderia ser deletado.

Ellis atendeu ao pedido. Afinal de contas, nunca tinha feito nada para esconder sua identidade e, apesar da enxurrada de e-mails com ameaças que o site vinha recebendo, ainda acreditava genuinamente que não havia nada de ilegal no que estava fazendo. No dia seguinte, a Nominet enviou outro e-mail agradecendo pelo envio dos dados e avisando que havia passado as informações para os advogados de Rowling.

Ellis ficou furioso com a Nominet. Ele achou que os direitos que lhe eram garantidos pelo Data Protection Act, a lei de proteção de dados pessoais do Reino Unido, tinham sido violados. De imediato, alterou o domínio do site de "Oink.me.uk" para "Oink.cd", fazendo uma mudança inteligente ao trocar o código do país pelo da República Democrática do Congo. É claro que Ellis continuou administrando o site do Reino Unido, e os servidores continuavam na Holanda, mas, com a mudança, não era mais possível encontrá-lo na base de dados pública do registro. Em uma postagem na página principal do site, ele deu uma explicação vaga para a mudança, alegando razões "legais".

Mas não tomou nenhuma outra precaução — talvez porque continuasse insistindo em não estar fazendo nada de errado. O argumento de Ellis era que, na verdade, o site não hospedava nenhum arquivo protegido por direitos autorais. E, falando em termos técnicos, isso era verdade. O Oink só hospedava torrents. Os links dos arquivos apontados por esses torrents ficavam localizados não no servidor da Holanda, mas em uma biblioteca distribuída entre computadores do mundo inteiro. Se Ellis tivesse se dado o trabalho de consultar um advogado, poderia ter rapidamente descoberto que a lei não respeitava essa distinção. Mas ele nunca consultou.

Os advogados de Rowling passaram as informações de contato de Ellis para a polícia no mesmo dia em que as receberam. Além disso, enviaram-nas também para a International Federation of the Phonographic Industry (IFPI) [Federação Internacional da Indústria Fonográfica], o equivalente à RIAA a nível mundial. A IFPI fazia campanhas entre organizações globais representativas da classe para reforçar a proteção dos direitos autorais, concedia certificações internacionais para discos de ouro e de platina e tinha sua própria unidade antipirataria, composta por detetives que haviam adquirido experiência na Interpol e na Scotland Yard. Os detetives particulares não estavam muito interessados em argumentos coletivistas sobre a natureza da propriedade privada. Eles viam apenas um site que incentivava o vazamento de músicas enquanto recebia muito dinheiro. E, quando se depararam com o nome de usuário "Oink", não viram

um revolucionário ou um idealista — eles viram um criminoso.

Mas, se Oink era um criminoso, não era muito bom nisso. Até pouco tempo antes, ele administrava o servidor da própria casa, com o endereço de IP disponível para quem quisesse ver. Mantivera registros de todas as atividades do site, com históricos de uploads e downloads dos usuários logo ao lado de seus nomes e e-mails. Em dois segundos de busca pelo registro do domínio na internet, era possível descobrir o nome verdadeiro de Oink: “Alan Ellis”.

Esse rastro de evidências levou à prisão mais fácil na história da pirataria on-line. Na terça-feira, 23 de outubro de 2007, Ellis acordou para se preparar para mais um dia de trabalho como gerente de TI da companhia química no centro de Middlesbrough. Tomou um banho no banheiro compartilhado do apartamento e voltou para o quarto, onde a namorada, que havia passado a noite com ele, ainda estava dormindo. Como fazia todas as manhãs, fez login no Oink como administrador, checou os arquivos de log do servidor e leu as mensagens enviadas durante a noite por usuários administradores nomeados por ele. Foi nesse momento que a porta se abriu com uma batida forte e doze policiais entraram no quarto.

Todas as dez contas bancárias de Ellis foram congeladas ao mesmo tempo. Enquanto isso, seu pai também foi preso em Manchester sem razões aparentes sob a acusação de lavagem de dinheiro. O computador pessoal de Alan Ellis foi levado como prova, assim como os servidores da Holanda, que continham os IPs e os endereços de e-mail de 180 mil membros do Oink. Ao contrário dos administradores do Pirate Bay, Ellis não se planejou para essa contingência, e os torrents hospedados pelo Oink saíram do ar.

A polícia passou mais de uma hora interrogando Ellis em seu apartamento. Ele respondia às perguntas com relutância. O sol nasceu lá fora, e ele foi convidado a ir até a delegacia para continuar o interrogatório. Numa tentativa de demonstração de força, a polícia avisara aos tabloides do Reino Unido, que esperavam do lado de fora do prédio onde ficava o apartamento de Ellis desde a madrugada. Algemado, ele saiu escoltado do quarto para os flashes dos fotógrafos.

CAPÍTULO 17

A bolsa de Glover estava quase cheia. No final de 2006, ele já havia vazado quase dois mil CDs. Não tinha mais medo de ser pego, pois sabia que, ao contrário de seus velhos chefes da Universal, a nova gerência da EDC não dava a mínima. Apesar de todas as reclamações que a companhia fazia em público sobre os vazamentos, a segurança da cadeia de abastecimento da Universal estava pior do que nunca.

Pouco antes de passar o bastão, a Universal mais uma vez havia atualizado as linhas de produção, e a fábrica agora podia produzir um milhão de CDs por dia. Mas esse tinha sido seu último aperfeiçoamento. A fábrica agora era um ativo em depreciação e era tratada como tal. Desde a transferência, nenhum novo equipamento fora instalado, as contratações foram congeladas, os cuidados mais básicos de manutenção estavam sendo negligenciados, a atmosfera era de pessimismo e muitos funcionários haviam começado a buscar novos empregos. Ainda assim, Glover continuava fazendo hora extra, pois supervisionar a linha de embalagem estava se tornando cada vez mais difícil. Quase todos os lançamentos agora vinham em várias edições, com DVDs bônus, cartazes dobrados e encartes de luxo.

Kali não dava a mínima para nada disso. Sua abordagem era tão mercenária quanto a de Doug Morris — o vazamento mais importante do ano era o álbum que vendesse mais cópias, e as paradas de sucesso eram as únicas coisas que interessavam. Em 2006, o RNS mais uma vez fizera o vazamento mais importante do ano, infiltrando-se na Sony para conseguir vazar *Some Hearts*, álbum de estreia da vencedora do *American Idol* Carrie Underwood. Além disso, haviam vazado Rascal Flatts, James Blunt e Kelly Clarkson. A mudança dos públicos-alvo — de urbano para rural, de homens jovens para mulheres mais velhas, de adolescentes para seus pais — era reveladora. Para as maiores gravadoras, os grupos demográficos mais importantes eram aqueles que não sabiam baixar músicas.

O RNS não parou por aí. A campanha de infiltração havia sido concluída, e toda a indústria, das maiores corporações para o menor selo independente, estava infestada de infiltrados do RNS. Em 2006, o grupo vazou mais de quatro mil lançamentos de todos os gêneros

musicais. Os nomes nos NFOs daquele ano mais pareciam a lista de convidados para a cerimônia de entrega do Grammy: Akon, Ani DiFranco, Barry Manilow, Bette Midler, Beyoncé, Billy Ray Cyrus, Bob Seger, Built to Spill, Busta Rhymes, Buzzcocks, Christina Aguilera, DJ Shadow, Elvis Costello, Foo Fighters, Game, Ghostface Killah, Gucci Mane, Hilary Duff, Hot Chip, Indigo Girls, Insane Clown Posse, Jars of Clay, Jimmy Buffett, John Legend, Kenny Rogers, Korn, LCD Soundsystem, Madonna, Morrissey, My Chemical Romance, Neil Young, Nelly Furtado, Nick Cave, Nine Inch Nails, Oasis, Omarion, Pearl Jam, Pharrell, Pitbull, Primus, Prince, Public Enemy, Regina Spektor, Rick Ross, Rihanna, The Roots, Scissor Sisters, Shakira, Stereolab, Sting, Taylor Swift, Three 6 Mafia, Toby Keith, Tony Bennett, Tool e "Weird Al" Yankovic.

O nível de atividade estava se tornando fatigante, e muitos membros do RNS estavam abandonando o grupo. Quando a Scene começara a disponibilizar música, em 1996, a maioria dos participantes era adolescente. Agora, esses mesmos pioneiros estavam chegando aos trinta anos e o *glamour* estava desaparecendo. Além disso, os vazadores começaram a ter uma perda em valor à medida que ficavam mais velhos. Haviam deixado as estações de rádio onde trabalhavam quando cursavam a universidade ou encontrado carreiras mais lucrativas do que o jornalismo musical. Tinham uma compreensão melhor dos riscos legais ou haviam acumulado bagagens indesejáveis como vidas sociais ou escrúpulos.

Ouvir centenas de lançamentos por ano podia levar a um certo enfado na sua experiência como ouvinte. A monotonia do som corporativo não ajudava. Todos os músicos agora usavam recursos computacionais para afinar as vozes; os compositores copiavam o último grande hit; o mesmo punhado de produtores trabalhava em todas as faixas. Glover já não conseguia se identificar com o rap como antes. Tony Dockery renascera e passara a ouvir só gospel. Simon Tai ainda aparecia no canal de bate-papo, mas há anos não vazava um único álbum. Até Kali parecia um pouco entediado. Não havia mais mundos a serem conquistados.

Ao mesmo tempo, os riscos eram maiores do que nunca. Entre os esquadrões antipirataria da Interpol, do FBI, da IFPI e da RIAA, agora havia pelo menos quatro equipes independentes de investigadores trabalhando para pegá-los. Mais cedo no mesmo ano, durante uma sessão de bate-papo, Kali disse a Saunders que estava indo visitar velhos amigos de outro grupo da Scene que agora estavam em uma prisão federal. Depois da visita, Saunders achou que Kali parecia

perturbado.

Dias depois, Kali telefonou para Glover e fez um pedido incomum. Disse a Glover que desligasse a proteção por senha do seu roteador. Kali explicou que a proteção servia para protegê-lo de crimes cibernéticos. Nesse caso, contudo, de acordo com Kali *eles* eram os criminosos cibernéticos. Se deixassem os roteadores abertos para invasores, poderiam argumentar no tribunal que todas as evidências ligadas aos endereços de IP não provavam nada. Qualquer um podia estar na rede. Isso lhes daria uma justificativa plausível para se declararem inocentes caso fossem pegos.

Glover seguiu as instruções de Kali, mas o argumento de defesa parecia muito fraco. Para ele, a precaução era mais uma evidência da mania de perseguição de Kali, e Glover estava cansado de tomar esse tipo de cuidado ridículo. Mas outros membros do grupo acharam que as novas medidas faziam sentido. Era óbvio que estavam atraindo muita atenção, e os integrantes mais antigos do RNS já se perguntavam publicamente se não era hora de parar. Os anos de 2004, 2005 e 2006 haviam sido lendários. O RNS agora era o grupo de vazamento de músicas mais bem-sucedido de todos os tempos, e seu domínio era tão absoluto que muitos dos seus concorrentes tinham simplesmente desistido. Se parassem agora, eles parariam no auge.

Glover também vinha pensando em sair da Scene. Quando começou a vazar álbuns, tinha só 25 anos. Agora, tinha 33. Durante aquele tempo, sua aparência havia mudado pouco: usava o mesmo corte de cabelo há dez anos, vestia as mesmas camisetas estampadas com calças jeans, e seu rosto exibia poucos sinais de envelhecimento. Por outro lado, sua percepção de si mesmo já não era a mesma. Olhando para o amante da velocidade da sua juventude, ele via uma pessoa que não compreendia. Glover já não lembrava mais por que se sentira tão atraído por motocicletas, ou por que achava que precisava de uma arma. Ele trazia uma evidência daquela velha mentalidade no braço, na forma de um ceifador com um pit bull — uma tatuagem que Glover agora achava incrivelmente estúpida.

Ele gostava da vida em família. Por anos, ele e Karen haviam criado filhos de relacionamentos anteriores. Agora, tinham um bebê dos dois. Com um recém-nascido em casa, Glover trabalhava um pouco menos. Ia à igreja com mais frequência, gostava de passar tempo com as crianças e não queria colocar tudo em risco. Além disso, a febre dos DVDs piratas estava começando a perder força. As redes de torrents haviam alcançado a Scene, e os vazamentos agora estavam disponíveis para o público segundos depois de terem sido postados nos topsites.

Apesar das conexões, Glover não tinha mais a mesma vantagem competitiva, e os lucros obtidos com a pirataria haviam diminuído para algumas centenas de dólares por semana.

E havia o Navigator. Durante toda a vida ele sonhara com um carro personalizado. Agora, contudo, só dois anos depois de ter conseguido realizar esse sonho, Glover começava a se sentir um pouco bobo ao dirigir por Shelby com luzes de neon e turbo. Usando o dinheiro que ganhara fazendo hora extra, as economias provenientes da febre dos DVDs e do servidor particular de filmes, ele comprou outro veículo, zero quilômetro, um Ford F150 completo. O rei do estacionamento do Club Baha agora trocava a coroa pelas pantufas e pelo cortador de grama do típico pai de classe média.

Glover começou a expor seus sentimentos para Kali. “Já estamos fazendo essa merda há um bom tempo”, dizia ele quando falavam por telefone. “Nunca fomos pegos. Talvez seja hora de parar.” Para sua surpresa, Kali concordou. Também não se sentia mais tão atraído pela Scene e talvez, sozinho no grupo, agora compreendesse que a polícia estava disposta a acabar com eles.

Foi então que, em janeiro de 2007, um dos topsites europeus do RNS desapareceu misteriosamente. O servidor, localizado na Hungria e contendo vários terabytes de arquivos pirateados, começou a rejeitar todos os acessos, e a companhia de hospedagem não respondia às ordens de serviço. Kali desistiu. Havia muitas variáveis envolvidas agora, e eles estavam chamando muita atenção. Ele pediu o encerramento do grupo. O último vazamento do RNS, disponibilizado em 19 de janeiro de 2007, foi *Infinity on High*, do Fall Out Boy, feito por Dell Glover de dentro da fábrica. O NFO que acompanhou o arquivo incluía a breve mensagem de despedida:

> Este é nosso último compartilhamento. Aproveite!

Após onze anos e vinte mil vazamentos, o RNS chegara ao fim. Seu último dia no ar foi uma mistura de alegria e tristeza. O canal de bate-papo estava cheio, com dúzias de ex-membros deixando suas mensagens de despedida. Eles relembravam amizades e façanhas do passado. Apesar de continuar existindo um alto grau de anonimato entre os membros do grupo, muitas amizades haviam sido formadas. Os participantes tinham crescido dentro da Scene, e, para muitos deles, ela era um mundo particular que carregavam dentro de si. Dockery, que fez login como “StJames”, começou a mudar seu apelido sucessivamente em homenagem a nomes do passado. Com a aproximação do momento final, o sentimento geral era de melancolia,

embora todos concordassem com a resolução de que chegara a hora de sair de cena. Então, o canal do #RNS foi fechado para sempre.

Para Glover, foi a oportunidade de deixar infantilidades de lado. Permaneceu, como sempre, sendo uma figura obscura, um membro marginal do grupo, mas também seu ativo mais importante. Quando o fim se aproximava, ele sentiu um alívio por finalmente se livrar de Kali. Voltara à normalidade e recebera o estado de bom grado.

Três meses depois, Glover estava de volta. Surpreendido por um desejo inexplicável, um impulso de voltar a se envolver, em abril de 2007 ele estava mais uma vez vazando CDs da fábrica. Não havia mais nenhuma motivação econômica para isso, simplesmente não conseguia abandonar o velho hábito. Sem o canal de bate-papo, ele entrou no AOL Instant Messenger e contatou Patrick Saunders diretamente.

Saunders sabia da existência de Glover, mas eles nunca haviam conversado. Era mais um exemplo de quão isolado Kali sempre o mantivera — embora ambos tivessem feito parte do mesmo grupo de compartilhamento por quatro anos, Saunders não sabia sequer o apelido de Glover. Pelo chat pirata, Glover perguntou se Saunders poderia colocá-lo em contato com outros grupos de compartilhamento da Scene. Saunders disse que sim e lhe passou o contato de “RickOne”, o líder do Old Skool Classics. A apresentação veio com uma forte recomendação de Saunders.

De algum modo, Kali ficou sabendo e em julho voltou a telefonar para Glover. Ele também não havia conseguido parar. “Ouvi falar que você está de volta ao jogo”, disse. “Bem, também estou. O RNS pode estar morto, mas os vazamentos vão continuar. O novo grupo vai ser reduzido apenas aos membros mais confiáveis: só você, eu, Dockery e dois europeus. Talvez KOSDK e Fish. Talvez Saunders. Continuaremos vazando, mas sob abreviações aleatórias de três letras. Nosso grupo será tão secreto que não vai ter nem nome. Passamos anos construindo essa rede e temos acesso aos melhores topsites do planeta. Não podemos desistir agora.”

Glover estava cético. Não era a primeira vez que se perguntava qual era a verdadeira motivação por trás da dedicação de Kali. Antes, pelo menos, ele podia atribuí-la ao reconhecimento social de outros piratas on-line. Isso era algo que Glover, em particular, nunca havia buscado, mas ele entendia o valor que aquilo podia ter para algumas pessoas. Acontece que agora não havia mais esse reconhecimento — apenas uma sensação pessoal de satisfação.

O comportamento dos dois nesse ponto poderia ser facilmente descrito como compulsivo. Ambos haviam tentado deixar a Scene duas

vezes sem sucesso. Anos mais tarde, Glover não conseguiria explicar com precisão o que o motivou a continuar na época. Talvez só quisesse deixar algum tipo de legado. Talvez só quisesse ter alguma importância.

Kali explicou que havia um último vazamento que precisavam fazer. Na verdade, dois vazamentos de álbuns que seriam lançados no mesmo dia. Por causa da rivalidade entre 50 Cent e Kanye West, eles agendaram a mesma data de lançamento de seus álbuns. Agora, provocavam um ao outro na imprensa, cada um se gabando que venderia mais — e 50 Cent disse que, se não fosse ele, se aposentaria. A disputa havia ganhado a capa da *Rolling Stone*.[1]

É claro que Kali sabia que era tudo mentira. Melhor do que ninguém, ele sabia que os dois rappers eram distribuídos e promovidos pela mesma corporação: a Vivendi Universal. O que parecia um exemplo da velha concorrência do hip-hop na verdade não passava de um golpe publicitário orquestrado por Doug Morris para estimular as vendas. A ideia era claramente levar os consumidores a pensarem que seria inteligente comprar os dois álbuns. Kali não seria enganado e queria que os executivos da Universal soubessem disso. O RNS vazara todos os lançamentos que os dois artistas já haviam feito, inclusive um álbum de 50 Cent cuja existência era desconhecida pela maioria das pessoas. O grupo podia ter sido encerrado, mas para Kali vazar 50 Cent e Kanye era uma questão sagrada de tradição. Dois álbuns, *Graduation*, de Kanye, e *Curtis*, de 50 Cent. Glover disse a Kali que ficaria de olho neles.

A data oficial de lançamento era 11 de setembro de 2007, mas os álbuns foram prensados na EDC em meados de agosto. Glover conseguiu pôr as mãos neles por meio de sua rede de contrabando e ouviu os dois. *Graduation* era ambicioso, sampleando de tudo, do krautrock ao house francês, com encarte de Takashi Murakami, um casamento ousado entre o rap pop e as belas-artes. *Curtis*, por sua vez, ficou em sua zona de conforto, favorecendo a batida da club music ancorada por sucessos como “I Get Money” e “Ayo Technology”.

Glover gostou dos dois, mas se encontrava em uma posição incomum. Era o único que tinha o poder de decidir o resultado da tão badalada disputa. Se vazasse *Graduation* e segurasse *Curtis*, Kanye poderia perder. Mas se vazasse *Curtis* e segurasse *Graduation*... bem, 50 Cent poderia *se aposentar*.

Também havia o poder que tinha sobre Kali. Durante anos, os dois estiveram presos a um relacionamento disfuncional de desconfiança, exasperação e necessidade mútua. Glover estava farto disso e enfim

tinha se livrado das rédeas de Kali. Ele decidiu vazar um álbum com Kali e o outro com seu novo amigo RickOne, do OSC. Glover ouviu os dois álbuns pela segunda vez. Era difícil escolher entre os dois. Por fim, concluiu que não gostava da atitude de Kanye e que *Graduation* era estranho demais. Assim, decidiu vazá-lo primeiro para RickOne.

Em 30 de agosto de 2007, *Graduation* chegou aos topsites da Scene com o OSC levando o crédito pelo vazamento. Poucas horas depois, Kali telefonou desesperado para Glover. "Saíram na nossa frente, cara! Como conseguiram?" Glover respondeu que não tinha certeza. Ele mentiu, explicando que ainda não vira o álbum na fábrica. Mas disse: "*Curtis* sim, eu vi hoje na fábrica. Não vai demorar muito para chegar até você." No dia 4 de setembro de 2007, Kali lançou *Curtis* na Scene. Ele creditou o vazamento ao grupo SAW — uma abreviação sem nenhum significado.

A Universal lançou oficialmente os álbuns na terça-feira, 11 de setembro. Apesar dos vazamentos, ambos venderam bem. *Curtis* vendeu seiscentas mil cópias na primeira semana; *Graduation* vendeu quase um milhão. Kanye ganhou nas vendas, apesar de Glover ter vazado seu álbum primeiro. Glover ficou surpreso — ele acabara de realizar um teste controlado para observar os efeitos do vazamento de um álbum em suas vendas, e a experiência sugeria que, pelo menos naquele caso, o álbum vazado primeiro acabou se saindo *melhor*. De qualquer maneira, Glover ficou feliz com o resultado. Desde o vazamento, ele passara a gostar mais de *Graduation*. Continuava não gostando de Kanye, mas achava que ele merecera a vitória, e 50 Cent, afinal, não se aposentou.

Além disso, como Glover observou, eles continuavam faturando. 50 Cent tinha brincos de diamante do tamanho de moedas e uma participação nos lucros como fundador na VitaminWater. Kanye namorava modelos de passarela e usava um detestável cordão faraônico que, de acordo com a imprensa, valia 300 mil dólares. Dois meses antes, Doug Morris havia comprado um apartamento de 10 milhões de dólares com vista para o Central Park. Dell Glover, por sua vez, trabalhava três mil horas por ano em uma fábrica para pagar pensão alimentícia e havia ganhado dos três no seu próprio jogo com uma luva de borracha e uma fivela de cinto.

No dia seguinte ao vazamento, Glover foi trabalhar na fábrica da EDC. Ele faria dois turnos seguidos, o que duraria a noite inteira. Começando às seis da noite, ele trabalhou seis horas pelo pagamento regular e mais seis horas extras. Terminou às seis da manhã do dia 13 de setembro. Quando se preparava para sair, um colega puxou-o de

lado.[2] “Tem alguém lá fora”, disse o colega. “Alguém que nunca vi. E estão rondando seu carro.”

Sob a luz do amanhecer, Glover percorreu o estacionamento. Ele viu três homens estranhos que realmente pareciam estar rondando seu carro. Quando se aproximou do veículo, tirou a chave de dentro do bolso. Os homens o observaram, mas não fizeram nada. Então, ele apertou o botão no controle remoto e o carro fez barulho ao destrancar. Os homens sacaram as armas e disseram a ele que colocasse as mãos na cabeça.

Eram do gabinete do xerife do Condado de Cleveland. Informaram a Glover que o FBI naquele momento estava vasculhando sua casa e que eles haviam sido enviados para retê-lo. Glover olhou para os homens. Ele ainda segurava a chave na mão erguida quando perguntou se estava preso. Os homens responderam que não, mas que o acompanhariam no carro até sua casa.

Seguiram-se vinte longos minutos na estrada. A mente de Glover era um borrão. Ao chegar, encontrou uma cena terrível: meia dúzia de agentes do FBI vestindo coletes à prova de bala e acompanhados por uma equipe da SWAT no seu jardim. A vizinha, que não gostava da polícia, gritava para que eles deixassem a família de Glover em paz. Os agentes gritavam, mandando-a voltar para dentro de casa. Quando entrou pela porta da frente, Glover viu que ela havia sido arrombada com um chute. Ele foi até a cozinha, onde encontrou Karen Barrett segurando o bebê deles. Sua mulher tinha uma expressão de surpresa, talvez até de recriminação, e lágrimas nos olhos.

O agente especial Peter Vu se apresentou. “Estou procurando-o há um bom tempo”, disse. “Mais de cinco anos. Seu amigo Dockery já contou tudo. É melhor você começar a falar também.”

Glover pediu para ver o mandado de busca do FBI, que Vu prontamente apresentou. Glover leu com atenção na esperança de que os termos da busca não incluíssem seu veículo. Se incluíssem e o FBI checasse seu CD player, encontraria o que provavelmente estava procurando: a cópia vazada de *Graduation*, de Kanye West.

CAPÍTULO 18

No fim de 2007, as vendas dos CDs haviam sofrido uma queda de 50% desde seu auge, em 2000, e isso com descontos agressivos nos preços. As vendas digitais de arquivos mp3 legais nem começavam a compensar a diferença. As margens de lucro e os lucros encolheram, e mais uma vez Morris foi forçado a demitir centenas de funcionários de todos os departamentos.

Enquanto isso, o Projeto Hubcap estava prestes a ser suspenso. Os processos educativos da RIAA contra o público que compartilhava arquivos não tiveram nenhum efeito perceptível, apesar de eles terem ganhado todos os casos. A grande maioria dos acusados havia feito acordo. Um pequeno número de casos tinha sido abandonado, e apenas um — em quase dezessete mil — acabara em um julgamento com júri.[1] No dia 24 de outubro de 2007, Jammie Thomas de Brainerd, Minnesota, fora considerada culpada por violação dos direitos autorais de 24 músicas que baixara no Kazaa. O júri decidiu que ela devia à indústria fonográfica 9.250 dólares por música — um total de 222 mil dólares. (Thomas apelou da decisão.)[2]

Para os advogados da Universal, a decisão serviu para comprovar a estratégia da RIAA. Cidadãos comuns sem interesses na lei autoral haviam decidido a favor das gravadoras e determinado o pagamento de uma quantia surpreendentemente alta em danos. Era possível processar usuários dos serviços de compartilhamento de arquivos e vencer. O caso de Thomas foi um marco.

Porém, do ponto de vista financeiro, a vitória da RIAA foi uma farsa. Thomas, mãe solteira de dois filhos que vivia em um pequeno apartamento alugado e trabalhava em uma reserva indígena ojíbua, iria à falência com o julgamento. Não importava qual fosse o resultado dos apelos, era amplamente aceito que a RIAA só receberia uma pequena fração dos danos. Também se admitia, inclusive entre os advogados da RIAA, que Thomas não tinha conhecimentos técnicos avançados, limitando-se a um entendimento básico da tecnologia de compartilhamento de arquivos peer-to-peer, tampouco conexões com quaisquer membros de alto nível da Scene ou dos sites de compartilhamento de torrents, os verdadeiros responsáveis pela

pirataria musical. Ela foi só a mártir usado como exemplo pela indústria fonográfica.[3]

O contraste era mais absurdo se Thomas e um pirata *de verdade* fossem comparados. Um mês antes da decisão do seu julgamento, após anos de trabalho duro, o FBI finalmente havia conseguido acesso aos integrantes do Rabid Neurosis e pegado o infiltrado da Scene: Bennie Lydell Glover. Ali estava um gerente da linha de embalagem que por iniciativa própria vazara quase dois mil álbuns no período de oito anos — o homem que destruiu a indústria fonográfica para personalizar seu carro. Glover declarara-se culpado e agora se oferecia para testemunhar contra os outros envolvidos na conspiração, mas a RIAA nunca pediria indenizações.

Os problemas continuaram: começaram a aparecer servidores que trilhavam uma linha tênue entre legalidade e criminalidade, como o Megaupload; o compartilhamento de arquivos peer-to-peer agora acontecia nos sites de torrents; grupos de vazamento rivais surgiram para ocupar o lugar do RNS. A guerra contra a pirataria parecia a guerra contra as drogas: cara e sem grandes chances de vitória, mesmo tendo condenados em processos criminais. O novo álbum de Lil Wayne, *Tha Carter III*, foi o primeiro a capitalizar sobre sua fama pós-*Dedication*, mas também foi vazado — não por Glover, mas por um dos produtores do próprio Wayne. O vazamento aconteceu com meses de antecedência, e Wayne reagiu criando um novo álbum "intermediário" com o título de *The Leak* [O vazamento].

Entre 2006 e 2008, Wayne aparecera pelo menos em duzentas faixas como participação especial, isso sem contar suas próprias mixtapes e seus álbuns. É impossível catalogar a totalidade do que ele produziu nesse período. Essa onipresença atraiu a atenção da imprensa, e quando a versão final de *Tha Carter III* enfim chegou às lojas foi um sucesso — ou algo perto disso. O álbum vendeu quase três milhões de cópias e foi o lançamento mais vendido de 2008. Por outro lado, não vendeu nem metade do que *Get Rich or Die Tryin'* vendera apenas cinco anos antes. Em 2000, esses mesmos números nem sequer o teriam colocado no Top 10.

Os CDs estavam morrendo. Doug Morris, por sua vez, ia muito bem. Presidindo uma indústria em queda livre, continuava ganhando quase 15 milhões de dólares por ano. Possuía uma mansão em Syosset com quadra de tênis, doca para barcos e uma piscina. Tinha um apartamento em uma ilha de Sarasota. Seu novo apartamento em Manhattan tinha uma vista incrível. Ele viajava em carro e jatinho particulares e fazia parte dos conselhos da Robin Hood Foundation e

do Rock and Roll Hall of Fame. Habitava um mundo privilegiado, povoado por celebridades e poderosos CEOs. Os músicos mais famosos do mundo largavam tudo para falar com ele, e até Steve Jobs retornava suas ligações.

Durante esse tempo, na Universal, ele já ganhara mais de 100 milhões de dólares, o que, com uma margem considerável, o tornava o CEO mais bem pago de uma grande gravadora. Sua fortuna começou a chamar atenção de fora do mundo insular da indústria fonográfica. Revistas especializadas como a *Billboard* e a *Variety* sempre pegaram leve com Morris, mas agora o alvo estava nas costas dele, como no passado estivera nas de Bronfman, e a imprensa em geral queria a sua cabeça.

No fim de 2007, Morris aceitou conceder uma entrevista ao jornalista Seth Mnookin para a revista *Wired*. O artigo resultante retratava-o como uma relíquia de uma era passada que não entendia o presente. Morris, como sempre, tentou se esconder por trás de hits, insistindo que não teria feito nada diferente. Mnookin deixou-o enforcar-se sozinho.

> "Ninguém na companhia fonográfica é um tecnólogo", explica Morris. "Jornalistas cometem esse erro o tempo todo, achando que a indústria fonográfica não percebeu o erro. Não foi isso. Eles simplesmente não sabiam o que fazer. Foi como se de repente pedissem que você operasse seu cachorro para tirar um rim dele. O que você faria?"
>
> Pessoalmente, eu contrataria um veterinário. Mas, para Morris, nem isso era uma opção. "Não sabíamos quem contratar", diz ele, tornando-se cada vez mais agitado. "Eu não conseguiria reconhecer um bom especialista em tecnologia — teria contratado qualquer um com uma boa história inventada." A ingenuidade quase deliberada de Morris é reveladora. "Ele não estava preparado para uma indústria totalmente revolucionada pela tecnologia", diz um profissional do meio fonográfico com muito tempo de estrada que trabalhou com Morris. "Sua mente era incapaz de se adaptar."[4]

Morris ficou furioso com o retrato que Mnookin apresentou dele. Achou que o artigo teve o objetivo de agradar os leitores da *Wired*, caracterizados por um bom conhecimento tecnológico. Incluía até uma citação anônima sugerindo que Morris era um idiota. Ele achava que tinha um ótimo intelecto, em particular para o negócio em que trabalhava. A analogia com o veterinário era pobre. Uma boa analogia compararia a indústria fonográfica à do próprio Mnookin: o jornalismo, talvez a única área que lidara com a transição digital de maneira pior do que a música.

As citações da entrevista não eram hipotéticas. Várias pessoas com

boas histórias inventadas *haviam* conseguido enganá-lo, e ele assistira a Vivendi e a Time Warner desperdiçarem dezenas de bilhões de dólares em capital. Os acionistas dessas companhias estariam bem melhores se a administração jamais tivesse *sequer ouvido* falar da internet. O próprio Morris gastara dezenas de milhões de dólares em investimentos on-line como o Pressplay, que, no fim das contas, não haviam gerado qualquer lucro. A experiência geral com esses investimentos em tecnologia ameaçava fazer o impensável: tornar A, o capital que ele investia, maior do que B, o capital que produzia. E essa era a única coisa que Morris jamais deixaria acontecer.

E, afinal, o que ele poderia ter feito de diferente? Se houvesse outro executivo da indústria fonográfica que tivesse seguido outro caminho e se saído melhor, talvez essa pergunta fizesse sentido. Porém o declínio da indústria afetou todos os envolvidos, das maiores gravadoras corporativas aos menores selos independentes. Morris já havia sido o guardião dos portões, o cara por quem você tinha que passar para entrar no estúdio profissional, na fábrica de prensagem e na rede de distribuição. Mas você não precisava de mais nada disso. O estúdio era o Pro Tools, a fábrica de prensagem era um codificador mp3 e a rede de distribuição era o tracker de torrents. A indústria inteira podia ser administrada de um laptop.

Como um árbitro das tendências culturais, Morris continuava incontestável. Nos dois últimos anos, suas gravadoras haviam assinado com Rihanna, Rick Ross, Taylor Swift, Lady Gaga e — o melhor de todos — Justin Bieber. Doug Morris não entendia de tecnologia, mas sabia como transformar um artista de rua desconhecido do YouTube com aplique barato no cabelo em um superastro global, e seu faro imbatível já durava quase vinte anos. A Universal fizera tudo certo, tudo que uma gravadora deveria fazer, contratando e aperfeiçoando grandes talentos do mundo inteiro e ganhando de todas as concorrentes. E agora, além disso, ele deveria ser algum tipo de guru da tecnologia? Se era assim, as pessoas também deveriam esperar que Karlheinz Brandenburg assinasse com Lil Wayne e que Seth Mnookin inventasse o Kindle?

Talvez sim. Uma coisa era certa: a entrevista foi um ponto baixo da carreira de Morris. Ele foi alvo de charges satíricas e de críticas maldosas na internet. O site Gawker, republicando o trabalho de outras pessoas com uma moderação característica, chamou-o de "executivo mais burro da indústria fonográfica".[5] O ultraje de Morris era compartilhado por vários de seus funcionários, alguns dos quais *eram* tecnólogos talentosos que haviam rejeitado empregos no Vale do

Silício a fim de trabalhar para ele. “Ele fez a empresa parecer ridícula”, diria mais tarde Larry Kenswil, na época chefe de estratégia digital da Universal. “Isso foi um insulto para muita gente da indústria.”

O coro de críticas que afirmavam que Morris era velho demais e não conseguia mais acompanhar as novas tendências começou a crescer. Ele tinha 69 anos. A Vivendi tinha uma política de aposentadoria compulsória aos setenta anos para todos os executivos, e a diretoria da companhia informou a Morris que, embora estivessem dispostos a aguardar mais alguns poucos anos, ele não estava isento dessa prática. Morris já havia começado a treinar seu sucessor, o executivo da música britânico Lucian Grainge. Em 2010 — dois anos depois — ele teria concluído o treinamento. Para os seus críticos, ele já ia tarde.

Mas para Morris a redenção estava sempre na próxima esquina. Talvez a humilhação pública à qual Mnookin o expusera tenha sido positiva no fim das contas. Talvez o tenha tirado da zona de conforto. Talvez, por fim, fosse necessária uma vergonha como aquela para fazê-lo mudar de direção. É claro que ele nega isso, porém, logo depois da entrevista para a *Wired*, Morris começou a inovar como nunca antes. Sejam quais tenham sido suas motivações, as decisões de negócios que ele tomou nos dois anos seguintes estabeleceram as bases do futuro econômico da indústria fonográfica.

Começou com uma visita ao seu neto adolescente. Em uma experiência prática de exploração do público-alvo, Morris pediu ao menino que lhe mostrasse como ele obtinha suas músicas. O neto de Morris explicou que, embora não pirateasse nada — *juro* —, também não comprava nenhum álbum nem músicas digitais avulsas. Em vez disso, basicamente assistia a vídeos de música no YouTube no computador do quarto. Logo os dois estavam sentados diante da tela.

Assistir a vídeos de rap com o vovô soa como a abertura de um esquete de comédia, mas no caso de Morris a maioria daqueles vídeos havia sido financiada com o seu aval. Depois de algum tempo pesquisando, escolheram uma música que agradava aos dois: “In Da Club”, de 50 Cent, da qual o neto de Morris gostava por causa da batida e o próprio Doug gostava porque havia vendido oito milhões de álbuns. O vídeo tinha um conceito inteligente. Nele, 50 Cent relaxava em uma boate cercado por seu séquito, enquanto na pista de dança modelos estonteantes ostentavam copos de conhaque caro. A câmera, então, atravessava uma parede falsa para mostrar que a pista de dança na verdade ficava localizada no “Shady / Aftermath Artist

Development Center" [Centro de Desenvolvimento Artístico Shady / Aftermath], um laboratório secreto no deserto onde Dr. Dre e Eminem, com jalecos e pranchetas, assistiam do outro lado da parede espelhada, aperfeiçoando a ciência das festas em boates.

Se o mesmo efeito tivesse sido repetido, a câmera teria ido do deserto para o escritório de Morris, em Nova York. Ele era o verdadeiro patrono daquela cultura, a pessoa que assinava os cheques que Curtis, Andre e Marshall descontavam. Agora, assistindo àquele vídeo no quarto do neto, Morris observou algo surpreendente. Ao lado do vídeo, em pequenas caixas incorporadas ao site do YouTube, havia uma série de anúncios comerciais. Os anúncios eram horríveis, oferecendo suplementos para perda de peso, refinanciamento de hipotecas etc. Mas sua presença ali indicava que, em algum lugar do Vale do Silício, uma transação econômica era realizada — alguém estava lucrando com o produto que ele passara quinze anos desenvolvendo. E ele não estava recebendo um tostão.

No dia seguinte, Morris chamou Zach Horowitz ao seu escritório para uma conversa memorável.

— Estão vendendo anúncios comerciais — disse Morris.

— Quem está vendendo? — perguntou Horowitz.

— Todos eles! Os sites. Estão vendendo anúncios comerciais em cima dos nossos vídeos!

— Doug, aqueles vídeos são promocionais.

— Promocionais para quê? *Get Rich or Die Tryin'*? O álbum foi lançado quatro anos atrás.

— Doug, nós distribuímos esses vídeos gratuitamente — argumentou Horowitz.

— Não mais — respondeu Morris.

Ele ordenou que Horowitz criasse um ultimato para todos os sites mais importantes: deem-nos 8/10 de 1 centavo por cada execução de um dos nossos vídeos, ou vamos proibir todos. No fim de 2007, milhares de vídeos sumiram do YouTube, e todos os artistas da Universal desapareceram dos sites mais populares de hospedagem de vídeos.

O golpe foi desferido não apenas para vídeos de música oficialmente licenciados, mas para milhões de vídeos amadores que usavam músicas dos artistas da Universal: seu vídeo com os melhores momentos de lutas marciais ao som do Limp Bizkit; sua compilação dos momentos mais românticos de Ross e Rachel ao som de Sixpence None the Richer; a montagem de Josh Groban que você fez para o vídeo de casamento de Brad e Sharon — tudo desapareceu. A reação

nos comentários do YouTube foi tão furiosa quanto era de se esperar, e em milhares de discussões Morris foi pessoalmente atacado por sua mesquinharia e ambição.

Mas o que deixou o público furioso deixou seus artistas em êxtase. Logo os sites de hospedagem de vídeos foram forçados a negociar e passaram a dar uma porcentagem significativa dos lucros obtidos com propaganda à Universal. Com algumas cartas ameaçadoras da sua equipe de advogados, Morris gerara centenas de milhões de dólares do nada. A revolução do mp3 o pegara desprevenido, mas havia lhe ensinado uma lição, e ele estava determinado a não deixar nada parecido acontecer novamente.

Morris começou a procurar fontes semelhantes de receita. Os anúncios comerciais postados junto com vídeos de música na internet eram uma nova fonte de lucros que lhe oferecia a oportunidade de corrigir os erros do passado. Além das paradas de sucesso, ele agora começava a prestar atenção na unidade fundamental de troca da internet: o custo por mil impressões, ou "CPM". A métrica representava o preço que os anunciantes estavam dispostos a pagar por um pacote de mil visualizações da propaganda. O CPM era determinado por leilões eletrônicos e iam de frações de centavo a centenas de dólares. O CPM para vídeos era especialmente bom, em média 30 dólares por unidade.

Sua familiaridade cada vez maior com essa economia atraente foi o que levou Morris a propor um serviço de distribuição de vídeos chamado Vevo. Muitos anos antes, no início da era da MTV, a decisão fora usar os vídeos de música como produtos promocionais para impulsionar as vendas dos álbuns. Morris sempre se arrependera dessa decisão e agora via uma chance de revertê-la. Ele passou 2008 e 2009 supervisionando a criação de um depósito centralizado de mais de 45 mil vídeos que abrangia um material produzido ao longo de mais de quarenta anos. Com o nascimento do Vevo, os videoclipes foram readaptados como ativos econômicos em si mesmos, em alguns casos rendendo mais lucros do que os álbuns que deveriam promover.

O serviço estreou em dezembro de 2009 com uma festa de gala realizada em Nova York. Morris geralmente evitava publicidade, mas com o Vevo ele buscou o máximo de atenção da imprensa possível. Foi uma boa festa, que contou com discursos do CEO do Google, Eric Schmidt, e do vocalista do U2, Bono. Lady Gaga e Adam Lambert se apresentaram. Rihanna usou um terninho com decote em V até o umbigo. Justin Timberlake apareceu com uma boina e óculos de armação preta e grossa, parecendo um entregador de jornal de

antigamente. Young Jeezy usou óculos escuros, brincos de diamante e o boné de beisebol virado em 135 graus para a direita. Uma estonteante Taylor Swift de dezenove anos foi vista trocando carinhos com o amarrotado John Mayer, de 32. Justin Bieber, então com quinze anos, precisou de um responsável. Clive Davis, de 77, também. E Doug Morris — com cabelos grisalhos, terno risca de giz, a mão na cintura de Mariah Carey — reinava sobre a festa. O site de compartilhamento de vídeos da Vevo entrou oficialmente no ar durante a festa e travou quase de imediato, vítima de uma demanda que não conseguiu suportar. Mas a ordem logo foi restaurada (no site, e não na festa), e o novo negócio começou a render lucros.

A receita total em potencial era *gigantesca*. Leiloado pelo serviço de distribuição da Vevo, o espaço publicitário reservado para um trecho de trinta segundos que antecederia a execução do videoclipe de "Baby", de Justin Bieber, assistido mais de um bilhão de vezes nos anos seguintes, renderia mais de 30 milhões de dólares. Os anunciantes também investiam em serviços de rastreamento sofisticados que eram incorporados aos navegadores dos usuários para acompanhar seus hábitos de compra. Se alguém que assistisse a um vídeo clicasse no link do anúncio que levava o usuário a executar uma chamada "ação" e se esse usuário eventualmente comprasse, digamos, um par de fones de ouvido Beats by Dre, ou ainda uma camiseta #YOLO da Hot Topic, a Vevo recebia um bônus. Quarenta anos antes, o hábito de acompanhar a atividade do responsável pelos pedidos significaria ficar atrás de um balconista em uma sala sem janela. Agora, era algo automático, uma tarefa executada por rastreadores da web conectados a um gigantesco cérebro eletrônico.

Finalmente, aos setenta anos, Morris inovara. O Vevo reuniu trinta anos de produção criativa de mais de dez mil artistas — realizada como material promocional — e agora a transformava em um produto altamente lucrativo. Ele se tornou o canal mais popular do YouTube, e as críticas a Morris começaram a desaparecer.

O crescimento das receitas adquiridas com as campanhas de vídeo refletia outras mudanças na indústria fonográfica. Já fazia um bom tempo que os economistas teorizavam que o orçamento para entretenimento do consumidor médio era relativamente estável, de modo que, se os gastos com uma fonte de entretenimento caíam, outra crescia. As tendências no mercado da música ao vivo tendiam a confirmar essa hipótese. Apesar de terem abandonado os álbuns, os fãs começaram a comparecer em peso aos grandes festivais de música. Contando com diversos artistas populares, o Bonnaroo, o Coachella e

outros representantes do circuito dos festivais eram o presságio de um tipo de Woodstock permanente, e de 1999 a 2009 as vendas de ingressos para shows na América do Norte mais do que triplicaram. Muitos músicos começaram a ganhar mais com as turnês do que com as gravações.

Ao mesmo tempo, o aumento da demanda dos anunciantes e do número de produtores musicais especializados em sampleamento levou a um período de crescimento espetacular no negócio dos direitos autorais das composições musicais. O negócio do licenciamento antes disso costumava ser realizado de forma independente da venda dos álbuns, e a renda ia para os compositores e os detentores dos direitos autorais, e não para os músicos. Durante um bom tempo, a área de direitos autorais das composições foi considerada um negócio "parado", mas uma mudança dramática ocorrera nas duas décadas anteriores. Essa mudança ganhou destaque com a morte de Michael Jackson em 2009. Jackson, 25 anos antes, jovem e colhendo os frutos do sucesso de *Thriller*, havia comprado os direitos autorais da maior parte do catálogo dos Beatles, passando na frente de Paul McCartney, pelo montante inédito de 47 milhões de dólares.[6] O preço foi alto — é claro que McCartney não precisava de dinheiro, e a popularidade dos Beatles ia muito bem. Mas, no fim das contas, o investimento mais do que valeu a pena. Nos 25 anos seguintes, o valor do catálogo dos Beatles aumentaria em mais de vinte vezes, rendendo somas imensas de dinheiro. O catálogo ultrapassou os retornos do mercado de ações americano por uma margem de três para um. Durante o mesmo período, o poder de compra do dólar sofreu uma queda de 60%. Pouco depois da morte de Jackson, sua participação no catálogo dos Beatles foi estimada em mais de 1 bilhão de dólares.

Em resposta a essas mudanças, os executivos da música começaram a incentivar os artistas a assinarem acordos "360", que garantiam às gravadoras não apenas uma participação nas vendas dos álbuns, mas também nas apresentações ao vivo e nos direitos autorais. Esses acordos encontraram resistência nos artistas e em seus empresários, que acusaram as gravadoras de quererem uma participação sobre lucros que, historicamente, nunca haviam sido delas. Embora os acordos 360 fossem polêmicos, mesmo na era digital os artistas ainda precisavam das gravadoras, e vários deles, muitas vezes de forma imprudente, assinaram contratos.

E esse era o estado da indústria em meados de 2010, quando, após uma carreira de 47 anos na música, Morris enfim se preparava para sair de cena. Na sua vida privada, queixava-se da transferência

obrigatória do poder, mas em público fazia o melhor que podia para parecer feliz. A década que havia passado na Vivendi fora conturbada — em certos aspectos talvez até catastrófica. Mas se havia algo que ele podia dizer era que, em dez anos de queda nas receitas, ondas de demissões em massa e problemas econômicos, a Universal não terminara sequer um ano no negativo. Aliás, o retorno total obtido por Morris sobre o capital investido durante a primeira década dos anos 2000 foi esplêndido, e, somando tudo, B ainda era muito maior do que A. Ninguém das outras grandes gravadoras podia dizer o mesmo.

Talvez tenha sido por isso que, quando a notícia da sua saída forçada começou a se espalhar, Steve Jobs começou a telefonar com mais frequência. Não demorou para que fizesse uma oferta: deixe a Vivendi e venha para a Apple. Iniciaremos nosso próprio selo iTunes. Vamos caçar artistas agressivamente e teremos o melhor selo musical que o mundo já viu.

Jobs queria reescrever do zero os princípios econômicos do negócio. Historicamente, os acordos da indústria fonográfica eram determinados por um leilão entre as grandes gravadoras pelo direito de representar os artistas. Elas faziam isso propondo adiantamentos pelos futuros direitos sobre um álbum, e a gravadora que oferecia o maior adiantamento tendia a ficar com o artista. Depois que o álbum era gravado e vendido, o adiantamento inicial era "reembolsado" a partir desses direitos. Sob esse sistema, os artistas recebiam porcentagens baixas sobre o total gerado pelas vendas do álbum — para novos artistas, a porcentagem poderia ser de meros 8%. Com essa taxa, às vezes levava anos para um artista pagar seus adiantamentos, e muitos músicos nunca conseguiam recuperá-los.

Era por isso que os músicos às vezes reclamavam de "não ver um centavo" em direitos autorais. Do ponto de vista da gravadora, porém, parecia que os artistas haviam recebido cheques exorbitantes por álbuns que no fim das contas tinham fracassado. O mercado de adiantamentos encorajava a correr riscos, e essa era a razão secreta da pequena participação nos direitos autorais que a maioria dos artistas recebia. O maior custo para a gravadora não era a prensagem, a distribuição nem a comercialização — na verdade, esse custo nem sequer aparecia nos contratos com os artistas. Era o custo do fracasso: o custo que os artistas de sucesso pagavam para sustentar aqueles que não tinham a mesma sorte. Para as gravadoras, os adiantamentos eram uma forma de pagar essa despesa com dinheiro do bolso dos próprios artistas.

Entretanto, para Jobs, o sistema parecia obsoleto. Ele não achava

que as gravadoras precisassem investir tanto em empreendimentos arriscados e acreditava que os artistas queriam uma participação maior nos lucros totais. Assim, propôs que o selo iTunes não oferecesse nada aos artistas — nenhum tipo de adiantamento — em troca de uma participação de 50% nas vendas, que começaria a partir do primeiro dia após o lançamento de um álbum. O esquema financeiro seria transparente e justo, e ninguém teria que pagar pelo fracasso de outra pessoa.

Era uma proposta ousada, e para Morris seria a oportunidade de calar definitivamente a boca dos seus críticos. Se ele era o tecnofóbico tão sem noção que alguns acreditavam, por que o maior inovador de sua época insistia tanto em contratá-lo? Contudo, ao mesmo tempo, Morris sabia que aquela era uma proposta que não poderia aceitar. Em primeiro lugar, ele discordava de Jobs. Morris achava que, para muitos artistas — em particular para aqueles em início de carreira —, um cheque com um bom adiantamento era um rito de passagem e um sinal de confiança e que, sem essa isca, a Apple não conseguiria competir por novos talentos. Apesar das ocasionais reclamações, Morris suspeitava que os músicos estavam tão felizes quanto as gravadoras com o sistema de adiantamentos altos e porcentagens baixas sobre os direitos autorais.

Essa discordância estratégica foi ofuscada por um problema bem maior: Jobs estava morrendo. Seu rosto estava macérrimo, sua voz era quase um sussurro rouco, e o corpo estava esquelético. Após um longo período de remissão, seu câncer de pâncreas havia voltado e entrado em metástase. Por mais tentadora que a oferta da Apple soasse, Morris não ousaria aceitá-la. Ainda que gostasse de Jobs como pessoa, temia que o entusiasmo por uma gravadora própria não sobreviveria à morte do carismático fundador da Apple. Após algumas discussões, ele rejeitou educadamente a oferta.

Mas Jobs não era o único que queria derrubar o modelo econômico tradicional da indústria fonográfica. Por volta da mesma época, Shawn Carter — Jay-Z — apareceu no escritório de Morris em Nova York querendo fugir do esquema dos adiantamentos. Muito tempo antes, Morris assinara um contrato para vários álbuns com Carter que dava ao executivo controle exclusivo sobre todo o trabalho futuro do artista. Agora, Carter propunha pagar pela quebra do contrato e ficar com 100% dos direitos sobre o próximo álbum, *The Blueprint 3*.

Morris recebeu bem a proposta, já que não apostava mais tanto na carreira de Carter. Os dois últimos álbuns do rapper não tinham vendido bem, e ele estava chegando perto de idade em que a

visibilidade comercial de todos os músicos parecia começar a entrar em um declínio irrevogável. Morris já tinha visto isso — ele mesmo contratara vários artistas em fase de declínio da carreira. Nesse quesito, uma das suas maiores conquistas havia sido Pete Townshend na Atlantic Records, em 1980. Responsável pelo sucesso do The Who com *Tommy* e *Quadrophenia*, Townshend era um dos melhores compositores da história do rock. No entanto, no fim da década de 1980, depois que ele completara quarenta anos, a mágica havia acabado. Quando, durante uma franca discussão sobre o estado da sua carreira, Morris perguntou o que estava acontecendo, Townshend respondeu que agora via o mundo com um olhar diferente. Explicou que, quando era jovem, tudo que queria fazer era sair, beber, ir a festas e correr atrás de garotas. Agora, quando pensava em sexo, a primeira coisa que lhe vinha à cabeça era: "Deus, espero que minha filha não pegue aids."

Morris temia que o mesmo fenômeno estivesse começando a afetar Carter, que em 2008 aposentara a lucrativa persona de cafetão depois de ter se casado com a estrela do pop Beyoncé. A música sempre fora um negócio para os jovens, e o recém-casado Carter também estava prestes a completar quarenta anos. Embora costumasse manter os artistas presos aos termos dos seus contratos e resguardasse sua participação sobre álbuns futuros com zelo, no caso de Carter Morris estava disposto a abrir uma exceção.

A discussão logo passou para os números. Morris queria 6 milhões de participação em *The Blueprint 3*. Carter só estava disposto a oferecer 5. Uma típica negociação teria terminado com concessões dos dois lados para se chegar a um meio-termo, mas eles não eram homens típicos. Logo, os dois chegaram a uma conclusão: para decidir a disputa sobre a diferença de 1 milhão de dólares, jogariam cara ou coroa.[7]

Mesmo para Morris, era uma atitude inescrupulosa. Lembremos que ele estava brincando com o dinheiro da Universal. Carter estava brincando com dinheiro do próprio bolso, mas sempre gostara de apostas. E, enquanto 1 milhão de dólares para a maioria das pessoas era um montante capaz de mudar a vida, para Carter e Morris era um marco em termo de posses pelo qual eles já haviam passado fazia muito tempo. Por que não jogar uma moeda? Apesar de já ter cinquenta anos de carreira, Morris não fazia ideia de quanto *The Blueprint 3* valia.

A vida era imprevisível, e as melhores projeções dos seus contadores nunca haviam se tornado realidade. Ele já vira azarões

vencerem e os grandes favoritos perderem. Seu negócio fora salvo por uma tecnologia digital, arruinado pela seguinte e agora tinha a chance de ser mais uma vez salvo por uma terceira. Esteve muitas vezes por trás de revoluções radicais na cultura americana. Mais do que ninguém, Morris fazia uma boa ideia do que era realmente possível na vida, e era esse faro para o potencial que o mantinha eternamente jovem.

Com 1 milhão de dólares em jogo, Morris estendeu a mão, deu um peteleco com o polegar e jogou a moeda no ar.

CAPÍTULO 19

Logo depois da prisão de Allan Ellis, o governo de Sua Majestade anunciou a intenção de processá-lo por conspiração para cometer fraude. Os promotores argumentaram que as contas bancárias cheias de dinheiro e a base de usuários com convites limitados provavam que o Oink era um esquema para o enriquecimento pessoal de Ellis. Sua prisão ocorreu só dois meses depois da de Glover no estacionamento da fábrica de Kings Mountain, mas não havia qualquer ligação entre elas, já que eram produto de investigações diferentes — da Operação Fastlink, nos Estados Unidos, e da Operação Ark Royal, no Reino Unido.

As acusações provocaram reações do público. Ellis seria mesmo um fraudador? Caso fosse, seria o fraudador mais honesto da face da Terra. As acusações de lavagem de dinheiro contra seu pai eram fruto de uma confusão investigativa e logo foram retiradas. As próprias evidências documentais de Ellis mostravam que, embora tivesse recebido mais de 200 mil libras em doações em três anos, o Oink mal compensara os gastos de Ellis e no final custava 6 mil libras em hospedagem por mês. Todo excedente era guardado em um "cofre de guerra" que Ellis planejava usar para comprar servidores ainda maiores. Embora o grande número de contas bancárias parecesse suspeito, não havia evidências de que Ellis gastara um único centavo do dinheiro consigo.

Ele era um amador no sentido mais puro. Simplesmente amava música e tecnologia. Os usuários de seu site tinham o mesmo perfil: eram fãs de música, não criminosos. E 48 horas após a batida que levou à saída do Oink do ar surgiram dois novos sites: Waffles.fm e What.cd, ambos de antigos administradores do Oink. Eles copiaram explicitamente o formato do Oink, e seus domínios foram registrados respectivamente nos Estados Federados da Micronésia e na República Democrática do Congo — embora, é claro, não estivessem de fato hospedados nesses lugares distantes. Outras pistas deixadas na web levavam a empresas de fachada no Panamá, mas não se sabia quem poderia estar por trás delas. Depois das batidas no Oink e no Pirate Bay, o anonimato era crucial, e os novos operadores estavam

determinados a não repetir os erros de Ellis.

Poucos anos depois, o acervo de músicas do What.cd superou até o do Oink em seu auge.[1] Entre seus torrents, havia mais de 45 versões de *Pink Moon*, bem como um torrent com quinze gigabytes contendo as 154 horas da coleção de 103 CDs com a narração de Stephen Fry de todas as 4.224 páginas da saga completa de Harry Potter. O tráfego de torrents crescia no mundo inteiro e, segundo estimativas, representava até um terço de todo o tráfego da internet. Sejam quais fossem os objetivos da Coroa com o processo contra Ellis, uma coisa era certa: ele não dissuadiu os usuários da web a baixar arquivos. Ao contrário, parecia promover a tecnologia do torrent, do mesmo modo que ocorrera com o processo contra o Pirate Bay.

No entanto, para os defensores dos direitos autorais, era uma questão de justiça. Após confiscar o servidor na Holanda, os investigadores o haviam submetido à bateria-padrão de técnicas de análise forense, o que levou à identificação de um grande número de usuários que faziam upload de músicas no Oink, com foco especial naqueles que haviam conseguido liberar material inédito. A Coroa apresentou as descobertas como um triunfo, e os tabloides, ouvindo apenas o lado da polícia e sem fazer qualquer questionamento, passaram a equivocadamente se referir ao Oink como "a principal fonte de música inédita do mundo". (Enquanto isso, a *verdadeira* principal fonte de música inédita do mundo estava em casa, na Carolina do Norte, aguardando audiência. A investigação do seu caso ainda estava em andamento. Vu não alertara os repórteres sobre a prisão, e a única atenção da mídia que Glover recebeu foi uma menção no fim de um comunicado do FBI que passou despercebido pela imprensa.)

Nas poucas entrevistas fragmentadas dadas à imprensa antes do julgamento, Ellis reiterou sua inocência. Ainda insistia que o fato de administrar um tracker de torrent não significava que violara a lei, já que o Oink apenas fornecia links para material pirateado, não armazenando as músicas em si. Até seu advogado, Alex Stein, especialista em casos envolvendo propriedade intelectual, discordava dessa interpretação da lei e teria aconselhado o cliente a se declarar culpado de violação de direitos autorais. Contudo, Ellis não foi acusado de tal crime. Em vez disso, os promotores usaram as contas bancárias como evidência de que o Oink era um esquema de fraude, crime cuja pena poderia ser de até dez anos de prisão. Então, Stein preparou uma defesa robusta.

O julgamento teve início em 5 de janeiro de 2010. O representante

do governo foi o promotor Peter Makepeace, um enfurecido modelo da pompa britânica de peruca cuja principal tática foi colocar Ellis no banco das testemunhas e chamá-lo repetidas vezes de mentiroso. No entanto, durante seu ataque, por vezes ele deixou transparecer um entendimento limitado dos fatos do caso e em certos momentos parecia quase orgulhoso dessa ignorância. Enquanto discutia o material hospedado no site, referiu-se inúmeras vezes a "uma banda chamada 50 Cents" e, depois de ter sido informado de que o site havia migrado para o Linux, iniciou o seguinte diálogo:

Makepeace: Onde eles ficavam localizados?
Ellis: Acho que ficavam no Canadá. Não sei onde.
Makepeace: Um lugar chamado Linux?
Ellis: Não sei.[2]

Após dez dias, o julgamento foi concluído. Em seu argumento final, Stein percebeu os membros do júri acenando com a cabeça em sinal de aprovação e se sentiu confiante quanto às chances de seu cliente. Já Makepeace, ao encerrar seu argumento final, disse que "O Oink era como o robô de *O Exterminador do Futuro 2*". Seu teatro não convenceu — o quadro pintado pela Coroa do Oink como um ciborgue comandado por um mentiroso patológico determinado a arrancar os honestos membros do 50 Cents de suas casas na cidade de Linux, no Canadá, não se encaixava muito bem com os fatos. Quando se retirou em 15 de janeiro de 2010, o júri levou menos de duas horas para chegar ao veredito "inocente".

Do lado de fora do tribunal, celebrando a vitória, Stein afirmou ao cliente que, em sua opinião profissional, ele era um homem de muita sorte. Ellis concordou, e o advogado então acrescentou que ele agora tinha duas opções: poderia ir lá fora encarar o aglomerado de jornalistas dos tabloides britânicos e tentar explicar aos dignitários ali reunidos por que fizera aquilo, ou podia sair pelos fundos, evitar a imprensa e se despedir graciosamente da vida pública. Ellis escolheu a segunda. Voltou para Middlesbrough de ônibus e deletou os resquícios de sua identidade na internet.

Já os fundadores do Pirate Bay não tiveram a mesma sorte. Seu agressivo flerte com a polêmica os tornava menos simpáticos aos olhos do público, e os promotores suecos haviam feito o dever de casa. Em novembro de 2010, três dos fundadores do site receberam penas de quatro a dez meses de prisão. Svartholm Warg, o autor da mensagem fofa para a DreamWorks, fugiu para o Camboja na tentativa de não ser

extraditado. (Mais tarde, ele cumpriria pena de dois anos.)[3] Contudo, apesar das prisões e de ter sido privado da liderança original, o site prosperou e preservou a posição de principal portal de pirataria da web por anos.

Tal resiliência não foi acidental. Os torrenters se organizaram em grupos complexos com hierarquias bem definidas. Protegiam suas identidades através de pseudônimos e facilitavam a distribuição de contrabando on-line. Entendiam que seus atos eram ilegais e mesmo assim continuavam a praticá-los sem nenhum benefício pessoal claro. Para a polícia, isso fazia deles criminosos, mas para um número cada vez maior de pessoas eles começavam a parecer dissidentes políticos.

No início de 2006, um novo partido político fora formado na Suécia: o Partido Pirata. Fora do tradicional eixo direita-esquerda, sua plataforma exigia a revisão da lei de direito autoral e a total anistia dos usuários da internet envolvidos no compartilhamento de arquivos. Os piratas tinham percebido que na internet o conceito da escassez não existia, e um universitário como Ellis podia criar o maior acervo musical do mundo no próprio quarto. Assim, só restava aos detentores de direitos autorais recriar as condições para a escassez, estabelecendo limites artificiais para o suprimento. E, como Alan Greenspan havia observado tantos anos antes, tais condições só poderiam ser asseguradas pela pressão do Estado.

Isso perturbava os piratas, que sabiam até onde governos e corporações, agindo em conjunto, podiam chegar para sobreviver no mundo digital. Eles citavam os julgamentos contra Jammie Thomas e as batidas contra o Pirate Bay. Chamaram a atenção para os processos da RIAA e para o fato de por um tempo a indústria fonográfica ter tido na prática poder de intimação dado pelos tribunais. Também denunciavam os programas de rastreamento invasivos das empresas; as operações clandestinas de espionagem em massa do governo; e as restrições crescentes estabelecidas por provedores de dados, limitando o tipo de tráfego permitido em sua estrutura. Enfim, acusavam os detentores de direitos autorais de querer — na verdade, *precisar* — transformar a internet em um estado policial.

Adotando os moldes da linguagem de campanha, os piratas apresentavam seus argumentos em declarações cabais: “É impossível proibir o compartilhamento de arquivos sem fins comerciais sem infringir direitos humanos fundamentais.”[4] As pessoas — sobretudo os jovens — ouviram. No início de 2009, a Suécia realizou eleições para o Parlamento Europeu, e o Partido Pirata recebeu quase duzentos mil votos, 7% do total. Nos cinco anos seguintes, dois piratas teriam

assento na União Europeia.[5]

Considerando que o Parlamento Europeu tinha 751 assentos, o poder detido por eles era microscópico. No entanto, sua eleição representou o primeiro desafio sério às bases teóricas e morais da lei de direito autoral em séculos. O lobby por parte da indústria de mídia conseguira a alteração dos estatutos de propriedade intelectual comercial e assim os prazos originais de catorze anos[6] foram estendidos para até centenas de anos.[7] Tal manobra diminuiu o domínio público e deixou a maioria dos produtos culturais nas mãos de um pequeno grupo de multinacionais. Os dois parlamentares piratas, ainda que em minoria, tentaram reverter a situação, promovendo a redução da duração dos direitos autorais para apenas cinco anos e a eliminação de todas as patentes sobre programas de computador e biotecnologia. A ideia era que essas mudanças levassem a um domínio público mais rico, com acessibilidade universal na era da internet.

Não era uma ideia tão maluca quanto pode parecer. Não há como negar que a troca de arquivos mp3 estimulou a inovação no mercado de dispositivos móveis e que o desenvolvimento do smartphone tem suas origens no Napster. Os piratas acreditavam que esse caso era apenas mais um exemplo de uma situação generalizada e que as condições artificiais de escassez impostas pelo Estado prejudicavam a inovação em uma série de atividades. Além disso, haviam percebido algo ainda mais radical: que as dificuldades enfrentadas na última década por executivos da indústria fonográfica como Doug Morris no direcionamento do capital eram compartilhadas por várias indústrias. Em um mundo de abundância digital, ficava cada vez mais difícil obter lucros.

Esse argumento foi apresentado de modo mais sucinto por Izabella Kaminska, blogueira do *Financial Times*, que traduziu a linha de raciocínio dos piratas em termos macroeconômicos. Discutindo a incapacidade dos bancos centrais do mundo de gerar crescimento, Kaminska descreveu os fatores que tinham levado Morris a fazer um corte de mais de 50% em seu orçamento operacional:

> As taxas negativas são uma função da abundância global (gerada pelos avanços tecnológicos) e uma tendência que não pode ser detida nem pelo banco central mais forte (...) Para que as taxas permaneçam positivas, deve-se retirar de circulação quase tudo de que as pessoas precisam no mundo inteiro para que algum valor lhe seja atribuído. Está se tornando cada vez mais difícil pôr em prática a tática da escassez artificial, que vem sendo usada há anos para atingir tal objetivo, devido à democratização da tecnologia — que está permitindo a

emergência de uma economia colaborativa que transcende taxas de retorno.[8]

Talvez um novo mundo fosse possível. No entanto, seria difícil organizá-lo, e o Partido Pirata só conseguiu fincar pé em mais um país além da Suécia: a Alemanha.[9] Ali, o partido registrou trinta mil membros no decorrer de dois anos, se saindo bem nas urnas, ganhando representação em várias eleições estaduais em 2011 e ameaçando conseguir assentos no Bundestag.

De sua posição de prestígio no Fraunhofer, Karlheinz Brandenburg assistia à ascensão do Partido Pirata alemão com desagrado. Bernhard Grill também não estava nada satisfeito. Embora separados, os dois engenheiros ainda pensavam de modo semelhante e acreditavam que a plataforma do Partido Pirata era como cianureto econômico. Se adotadas, as propostas dos piratas levariam a uma reconfiguração radical das atuais relações de investimento e lucro. Nesse mundo hipotético, empresas como a Microsoft e a Adobe teriam seus lucros cortados pela metade. Companhias como a Universal e a Warner Music Group iriam imediatamente à falência. Músicos, escritores e outros profissionais da área criativa seriam forçados a deixar o mercado e a estabelecer relacionamentos de patronagem. E era provável que os inventores da próxima geração se tornassem consultores.

De certo modo, Brandenburg e Grill eram os pais do Partido Pirata. A decisão de liberar o codificador de mp3 de graça na web catalisara uma era dourada de violações de direitos autorais que dizimou a indústria fonográfica enquanto os deixava ricos. Contudo, essa decisão também desencadeara um movimento político que agora ameaçava a subsistência dos dois. Se os softwares não produzissem mais receitas, tampouco haveria lucro proveniente do licenciamento do mp3. Isso privaria o Estado alemão de centenas de milhões de francos e o campus todo branco de Brandenburg em Ilmenau ainda seria um pasto.

Brandenburg e Grill sabiam que, sem ter em vista os incentivos advindos das patentes de software, jamais teriam passado a maior parte de uma década conduzindo aqueles testes de audição. Brandenburg provavelmente teria permanecido na academia e se tornado professor. Grill poderia ainda estar tocando trompete. Ouvir "Tom's Diner" duas mil vezes seguidas era um *trabalho*, e a equipe do mp3 não o teria realizado sem a expectativa de uma compensação financeira. E esse era o argumento mais forte contra os piratas: sem a proteção conferida pela patente, o mp3 jamais teria existido.

CAPÍTULO 20

No dia seguinte à busca na sua casa, Glover voltou ao trabalho. O que mais deveria fazer? Ele tinha um turno agendado e não fora formalmente acusado de crime algum. Assim, parou na guarita com o Ford, teve a entrada do veículo liberada e encontrou uma vaga no estacionamento. Ao sair do carro, foi recebido por Robert Buchanan, seu chefe.

Buchanan trabalhava como supervisor da fábrica havia anos. Sempre gostara de Glover, considerando-o um funcionário capaz e dedicado. Ele o promoveu, e os dois jogavam paintball juntos. Contudo, agora estava claro que havia um problema. O FBI não contara nada a Buchanan, mas o incidente com os xerifes ocorrera durante uma mudança de turno e fora testemunhado por centenas de funcionários.

"Dell", disse Buchanan, "não entre. Somos amigos, mas você está sob investigação. Acho que é melhor ir para casa."

Seria a última vez que Glover colocaria os pés no terreno da fábrica. Ele foi demitido uma semana depois. Dockery também seria despedido, e em poucas semanas Karen Barrett teve o mesmo destino. O comércio de DVDs de Glover foi encerrado: o FBI confiscou os computadores, as torres de gravação, os HDs e o PlayStation. Deixaram a bolsa cheia de CDs, pois não tinham valor nem como prova.

A conversa com o agente especial Peter Vu tinha sido difícil. Glover admitira ter vazado, ripado e mandado os CDs para Kali. Vu o pressionara por informações sobre Kali, e Glover deu alguns detalhes que havia pescado ao longo dos anos. Mas o agente queria um nome, e, embora tivesse conversado com Kali por telefone centenas de vezes, Glover não sabia como ele se chamava.

Mais tarde naquele mesmo dia, Kali telefonou. Sua voz estava agitada e nervosa.

— Sou eu — disse Kali. — Olha, acho que o FBI está na nossa cola.

Vu tinha previsto que tentariam entrar em contato com Glover e o instruiu a agir como se nada tivesse acontecido. Glover agora precisava decidir: podia se fazer de bobo, enganar Kali, deixá-lo cair

na armadilha e pedir clemência do FBI em troca de cooperação ou podia alertar Kali.

A história dos dois era complicada. Por anos, sua relação fora secreta, omitida do resto da Scene. Houve ocasiões em que haviam confiado um no outro, em que Glover esperava pelos telefonemas de Kali com ansiedade e algumas vezes até achou que pudessem ser amigos. Em outros momentos, Glover sentiu que Kali o manipulava e isolava para manter o controle sobre ele. Glover, por sua vez, colocara o grupo de Kali em perigo inúmeras vezes com seu comércio de DVDs pirateados e o traíra com o vazamento de *Graduation*. Tal relação complexa chegaria ao fim nessa conversa.

— Kali — retrucou Glover. — Você está atrasado. Eles me pegaram ontem. Pare tudo.

— Ok, entendi — respondeu Kali. — Muito obrigado.

Em seguida, ele desligou.

Nos meses seguintes, o FBI faria mais seis batidas. Além de Glover e Dockery, pegaram Patrick Saunders e Simon Tai, ambos em Nova York. Pegaram Edward Mohan, 44 anos, DJ de rádio de Baltimore que fizera parte do RNS por anos. Pegaram Matthew Chow, 26 anos, de Missouri City, Texas, que havia sido um dos rippers das terças e fizera o design da folha de maconha em ASCII para os antigos NFOs do grupo. Pegaram Richard Montejano, também conhecido como "RickOne", líder do Old Skool Classics, para quem Glover vazara *Graduation*. E pegaram o homem que acreditavam ser Kali, o homem que sozinho custara dezenas de milhões de dólares à indústria fonográfica e que transformara o RNS no esquema de pirataria mais sofisticado da história: Adil R. Cassim, gerente de TI de 29 anos de ascendência indiana que fumava muita maconha, ouvia rap e morava em um subúrbio de Los Angeles com a mãe.

A estratégia de investigação do FBI funcionara. Ao pressionar "JDawg", do Apocalypse Production Crew, Vu conseguira o endereço de IP de um tal Patrick Saunders, que Reyes conhecia apenas como "Da_Live_One". Em novembro de 2006, o FBI grampeou a conexão de internet de Saunders em Troy, Nova York. A princípio, o grampo não deu em nada, já que, seguindo as orientações de Kali, Saunders criptografara todo o tráfego de bate-papo recebido por ele por meio de uma cifra popular chamada Blowfish. A equipe de Vu pedira ajuda para quebrar o código, mas a divisão do FBI responsável pela decodificação de mensagens explicou que seria impossível. Vu persistiu e monitorou Saunders por três meses, até que o garoto cometeu um deslize.

Mesmo tendo tirado um fim de semana para se divertir na cidade de Nova York, Saunders ainda se sentia obrigado a cumprir as responsabilidades do RNS. Ele acessara seu computador com um software de acesso remoto e participara de um bate-papo com alguns membros do grupo para agendar um vazamento. Embora o tráfego que saía do seu computador estivesse protegido pelo Blowfish, o que entrava não estava, e no final de 2006, após cinco anos de investigação, Vu pela primeira vez teve acesso ao canal de bate-papo do RNS.

A sensação de vitória durou pouco: um mês depois, Kali desfez o grupo. Nesse aspecto, o *timing* de Kali fora quase perfeito. Vu havia reunido informações suficientes para comprometer Saunders, mas ninguém além dele. A cultura do anonimato da rede de bate-papo não rendeu a Vu muito material no qual trabalhar. Na verdade, nem sequer tinha conhecimento da existência de Glover. Só havia uma coisa a fazer: pressionar Saunders. O FBI fez uma busca no seu apartamento em Troy no início de fevereiro de 2007. Durante os interrogatórios, Saunders a princípio negou ter qualquer conhecimento sobre o grupo. No entanto, o mandado de busca dos agentes permitia que seu computador fosse apreendido e enviado para análise forense em Quantico. Os técnicos logo descobriram algo interessante: uma transcrição do canal de bate-papo #RNS do último dia do grupo. Sentimental, Saunders havia guardado um log da sessão.

Vu a usou para arrancar informações de Saunders. Sob o risco de pegar uma pena de cinco anos, ele logo cedeu. Saunders era um dos integrantes mais idealistas do grupo, um defensor da cultura do software livre que considerava o direito autoral um conceito jurídico já ultrapassado do início do século XVIII. Mas, como acontecia muito em casos assim, essa retórica não resistiu quando chegou a hora de enfrentar o mundo real.

Apavorado pela ameaça de prisão, Saunders foi tão útil para o FBI quanto fora para o RNS. No dia 5 de março, depois de ter assinado um acordo de delação premiada, passou o dia com Vu revisando os logs do canal de bate-papo do último dia do RNS. Tinham aparecido 42 apelidos na sessão de bate-papo naquele dia, e Saunders revelou tudo o que sabia sobre cada um. Em muitos casos, não sabia quase nada — talvez tivesse uma vaga ideia de sua localização, da idade ou conhecesse alguns fatos biográficos superficiais. Na verdade, para Saunders era motivo de orgulho poder dizer que, mesmo tendo passado milhares de horas on-line com eles, não sabia o nome verdadeiro de nenhum membro do grupo. A brincadeira de Dockery

— de alterar o apelido para imitar antigos integrantes do grupo — gerou ainda mais confusão. Mesmo assim, Vu tinha algo para dar continuidade à investigação. Instruiu Saunders a procurá-lo caso alguém do RNS tentasse entrar em contato. E então, em abril, Glover enviara uma mensagem diretamente para Saunders à procura de outro grupo ao qual se filiar.

Ao receber a mensagem, Saunders também teve que tomar uma decisão. Pela primeira vez, estava falando com o ativo mais valioso do grupo, um cara cuja identidade era tão protegida que ele nem sequer fora mencionado na última sessão de bate-papo. Saunders sabia muito bem que, se Vu tivesse aquele endereço de IP, a rede inteira estaria comprometida. Agora todas as atividades do seu computador eram monitoradas, mas, por um instante, Saunders pensou em simplesmente terminar a conversa, fosse encerrando de imediato o AOL Instant Messenger ou talvez desconectando o fio da máquina, o que alertaria o homem que ele conhecia apenas como "ADEG" a não procurá-lo mais.

No entanto, não foi isso que Saunders fez. Ele entregou o endereço de IP ao FBI, e daquele dia em diante o IRC passou a ser um meio de traição. Vu intimou a Time Warner a fornecer os cadastros de seus assinantes e logo viu o nome de Bennie Lydell Glover pela primeira vez. A partir daí, foi fácil. Entretanto, se Glover tivesse parado como havia pretendido fazer em janeiro, talvez nunca tivesse sido pego.

Kali também foi vítima da ambição. O grupo de vazamento sem nome que ele criara depois do fim do RNS se limitou a um círculo de pessoas de grande confiança, mas este incluía Glover, cujo computador confiscado continha credenciais de login para o servidor que Kali tinha em casa. Isso deu a Vu um segundo endereço de IP da Time Warner, e os cadastros obtidos por ele logo o levaram a uma conta residencial em Granada Hills, Califórnia, registrada no nome de Bilkish Cassim — a mãe de Adil.

Enfim Vu chegou em Edward Mohan, Matthew Chow e Simon Tai. Os três foram presas fáceis, já que não haviam tomado sequer as medidas mais básicas para proteger suas identidades. Chow, em particular, agira de forma aberta em relação ao seu envolvimento e, na opinião dele (confessadamente nada especializada), o RNS não estava infringido lei alguma. Vu o encontrou pelo endereço de e-mail, que Chow compartilhara com todos os integrantes do grupo: chow@mattchow.com.

Contudo, o dano geral foi limitado. O Apocalypse Production Crew tinha sofrido dezoito baixas, o RNS perdeu apenas seis integrantes. A

ênfase no anonimato de Kali se provara previdente, e a decisão de encerrar o grupo viera na hora certa. Mesmo não tendo se salvado ele livrara a base do grupo: os rippers das terças, os caçadores de versões do Japão, os jornalistas britânicos, os irmãos italianos "Incuboy", o operador do topsite sueco "Tank", o fazendeiro de Oklahoma "KOSDK", o criador de peixes do Havaí "Fish", "Al_Capone", "Havoc", "Crash", "Yeschat", "Srilanka"... nenhum deles foi identificado.

O relatório emitido pelo Departamento de Justiça sobre o caso de Glover fazia referência à extensão da conspiração. O procurador-assistente Jay Prabhu argumentou que o RNS era uma organização criminosa, já que tinha como objetivo beneficiar seus membros. Ele explicou como a economia do topsite oferecia benefícios na forma de compensações materiais aos integrantes em troca de violações contínuas e deliberadas de direitos autorais. Prabhu enfatizou por que o RNS era uma conspiração criminosa:

> O RNS não era operado como um grupo de amigos interessados em música, mas como um negócio que, em vez de dinheiro, visava à obtenção de acesso para os membros a toda e qualquer obra protegida por direitos autorais já produzida.

Nas diretrizes para a pena, ele foi ainda mais claro:

> O RNS era o grupo de pirataria da internet mais disseminado e infame da história.

Parecia exagero, mas os números comprovavam essa conclusão. O RNS havia vazado mais de vinte mil álbuns em onze anos — número obtido de forma independente a partir da investigação do FBI, do monitoramento da base de dados da RIAA e dos próprios NFOs do grupo. Durante a maior parte desse reinado de terror, o ativo mais valioso do grupo foi Glover — algo que o FBI agora também entendia muito bem. Seus vazamentos tinham chegado aos topsites do mundo inteiro, daí passando para trackers privados como o Oink e repositórios públicos como o Pirate Bay, o LimeWire e o Kazaa. Ele foi a principal fonte e ponto de conexão de centenas de milhões — talvez até bilhões — de arquivos mp3 duplicados. E, devido à posição predominante da Universal nesse período, era improvável que houvesse uma única pessoa com menos de trinta anos cuja lista do iPod não incluísse um mp3 ligado a Glover. Ele foi o flagelo da indústria fonográfica, o herói do submundo da internet e o rei da Scene. Foi o maior pirata de músicas de todos os tempos.

Ele conseguiu um emprego no Walmart. Trabalhar no centro de

distribuição não era glamouroso, e os benefícios eram poucos. Mas, como de costume, Glover se colocou à disposição para qualquer turno extra que pudesse fazer. As coisas começaram a ficar feias nos meses que antecederam sua acusação. Ele tinha uma hipoteca para pagar, além da dívida do cartão de crédito. Karen estava grávida. A economia despencava vertiginosamente.

Mas pelo menos ele tinha um emprego. Em fevereiro de 2009, o inevitável aconteceu, e a Entertainment Distribution Company declarou falência. A fábrica de Kings Mountain foi fechada, centenas de funcionários foram demitidos e a linha de produção de CDs foi vendida para compradores da América Latina. Os desempregados enfrentavam um futuro incerto em meio à pior crise econômica da história americana. Proibido de entrar em contato com os ex-colegas, Glover só ficou sabendo do impacto do fechamento da fábrica na economia local em segunda mão.

No dia 9 de setembro de 2009, ele se entregou às autoridades federais em um tribunal no leste da Virgínia e foi acusado de conspiração criminosa para violar direitos autorais. Um mês depois se declarou culpado. A decisão de se entregar foi difícil, porém Glover achava que as chances de ser considerado inocente eram pequenas. Catorze anos depois de Glover tê-lo assinado, o termo de "Tolerância Zero para Furtos" da PolyGram agora era usado como evidência pelo FBI. Dockery, um tagarela, contara tudo a Vu. Os computadores e HDs de Glover continham quantidades imensas de evidências comprometedoras. E até então o percentual de condenações da Operação Fastlink do FBI era de 100%. Eram centenas de condenações, a maioria por meio de acordos de cooperação, e a pena máxima para a violação de direitos autorais era de cinco anos de prisão. Os poucos que tentaram enfrentar as acusações haviam perdido.

Foi no dia de sua acusação na Virgínia que Glover viu Adil Cassim pela primeira vez. Assim que pôs os olhos nele, Glover teve certeza de que era Kali. Com uma aparência despretensiosa, Cassim mantinha o rosto muito bem barbeado e o cabelo bem curto. Usava um paletó fino com uma gravata discreta. Era baixinho e troncudo. Sua pele era quase tão escura quanto a do próprio Glover.

Quando o Walmart soube da condenação, demitiu Glover por justa causa na mesma hora. Agora, ele era um negro desempregado condenado pela Justiça durante a pior crise econômica dos Estados Unidos em setenta anos. Pela primeira vez na vida, começou a ter sérias preocupações financeiras. Para Glover, o dinheiro sempre fora

um bem transitório, algo que ele logo trocava por alguma coisa com utilidade real, como entradas de ar para o capô. Desempregado e vendo as dívidas do processo judicial se acumularem, passou a repensar sua prodigalidade. Precisava desesperadamente de dinheiro e, embora soubesse que passar algum tempo na prisão seria inevitável, achava que conseguiria uma redução da pena ao cooperar com a polícia. Desse modo, não vendo outra saída, ele resolveu depor contra Cassim.

O FBI precisava da ajuda dele. É claro que Cassim se encaixava à imagem que Glover formara de Kali. Ele tinha ascendência asiática, fumava maconha e morava na Califórnia com a mãe. Sem o conhecimento de Glover, Patrick Saunders confirmara tais informações e ainda observara que ele e Kali haviam celebrado vários aniversários juntos on-line, já que as datas de nascimento eram bem próximas. Os registros corroboravam esse detalhe, mostrando que as datas de nascimento de Cassim e Saunders tinham um intervalo de menos de duas semanas. Como muitos membros influentes da Scene, os dois pertenciam à mesma classe que começara em 1997. (Eu também.)

No entanto, todas essas provas eram circunstanciais. Centenas de pessoas se encaixavam nessa descrição. A batida de 2007 em Granada Hills terminara com Cassim e a mãe algemados, porém as evidências obtidas com o mandado de busca eram muito fracas. O único computador encontrado pelo FBI foi um laptop sem nenhuma informação comprometedora. Eles também haviam encontrado um vaporizador e maconha, mas nada que valesse a pena. Na audiência com Vu, ele falara pouco. Cassim foi o único detido pelas batidas do RNS a não ter admitido em nenhum momento ser um integrante do grupo.

Glover suspeitava que Cassim tinha se livrado das evidências depois da última conversa por telefone dos dois. Contudo, se isso era verdade, ele parecia não ter feito as coisas direito: em um CD encontrado em seu quarto, o FBI encontrou uma cópia do currículo de Cassim. Nas propriedades do arquivo, o Microsoft Word incluíra automaticamente o nome do autor do documento: “Kali”. Além disso, seus registros telefônicos mostravam que ele havia telefonado para Dell Glover centenas de vezes, e em seu celular estava gravado o número de Glover — salvo na lista de contatos como “D”.[1]

Cassim manteve a alegação de inocência. Embora não tivesse justificativa para as ligações para Glover, seu advogado mais tarde contestaria o uso do CD como prova, afirmando que não era o

bastante para relacionar o etéreo apelido de internet “Kali” ao ser humano Adil Cassim. E, ainda que os logs de FTP de Glover mostrassem que alguém com o endereço de IP da mãe de Cassim fizera o upload de material pirateado, isso não significava que o responsável era o seu cliente. Poderia ter sido qualquer um. Afinal, quando o FBI confiscou seu roteador wireless, ele não estava sequer protegido por senha. Cassim estava usando a “linha de defesa da rede wireless aberta” — a mesma sobre a qual Kali conversara com Glover ao telefone.

Matthew Chow também resolveu enfrentar um processo judicial. Até o FBI considerava seu envolvimento no RNS mínimo. Havia anos que ele não participava ativamente do grupo, e os CDs ripados por ele tinham sido comprados de forma legal em lojas. A principal contribuição de Chow ao RNS fora o design em ASCII da folha de maconha nos antigos NFOs do grupo — o que não era bem uma evidência de participação ativa em uma conspiração para cometer fraude. No entanto, o caso contra ele era forte. No primeiro interrogatório com o FBI, ele assinou um depoimento confessando ser membro do grupo.

Os dois seriam julgados juntos. Cassim foi representado por Domingo Rivera, que se descrevia como um “advogado da internet”, especializado em defender hackers. Para um advogado, Rivera tinha um conhecimento técnico incomum: havia servido na Marinha americana como engenheiro de computação e mais tarde como especialista em segurança cibernética do Departamento de Segurança Interna. Ele já usara a estratégia de defesa da rede wireless aberta inúmeras vezes e acumulava um número impressionante de absolvições.

Chow tinha seus próprios advogados: George Murphy e Terry Yates, de Houston.[2] Os dois eram lendas da defesa criminal no Texas, reverenciados tanto pelo carisma quanto pela abordagem jurídica pouco comum. Nascido e criado em Houston, com um sorriso encantador e um sotaque arrastado do Texas, Yates tinha um talento especial com júris. Ele e Murphy imediatamente concentraram seus esforços em mudar a jurisdição do caso da Virgínia para o Texas. Não ficaram nada impressionados com a afirmação do FBI de que um único impulso eletrônico de um microssegundo era o bastante para estabelecer a jurisdição. Um juiz federal concordou, e o caso foi transferido para Houston. Embora nenhum dos dois estivesse familiarizado com programação de computadores e aquele fosse seu primeiro caso envolvendo propriedade intelectual, agora eles estavam

no seu território.

Durante a seleção do júri, a procuradoria eliminou quaisquer jurados que já tivessem baixado música on-line, até por vias legais. Rivera, Murphy e Yates usaram a mesma tática: todas as pessoas com menos de quarenta anos foram excluídas. O caso de pirataria de músicas mais importante da história da justiça criminal americana seria decidido por um grupo exclusivo de texanos de meia-idade ainda presos à era dos CDs.

O julgamento teve início em 15 de março de 2010 numa corte federal de Houston. Quando Glover foi chamado a depor, seu desempenho não foi bom.[3] Embora achasse que Kali e Cassim eram a mesma pessoa, ao ser interrogado por Rivera, foi forçado a admitir que não tinha provas concretas disso. Se Cassim tivesse sido obrigado a falar na corte, talvez Glover pudesse ter identificado sua voz. No entanto, ele não teve que falar — a Quinta Emenda lhe garantia o direito de não produzir provas contra si mesmo, e Rivera podia invocá-la em seu benefício. Surpreendentemente, o FBI não apresentou gravações da voz de Cassim como prova,[4] e em cinco dias de julgamento ele não proferiu uma palavra sequer.

Saunders foi o próximo. Ele também se saiu mal — sabia ainda menos do que Glover — e não conseguiu ligar Kali a Cassim. Eles nem sequer haviam conversado por telefone. Durante o depoimento, Rivera apresentou o argumento da "rede wireless aberta", que Saunders achou absurdo. Os dois entraram em uma acalorada discussão técnica sobre como endereços de IP são atribuídos que só terminou quando o juiz ordenou que se acalmassem.

Depois desse início pouco auspicioso, Glover ficou preocupado. Ainda tinha certeza de que Kali e Cassim eram a mesma pessoa, mas agora se perguntava se o júri seria convencido disso. Cassim realmente se safaria? Se sim, será que Glover poderia ter se safado também? Começava a questionar a decisão de se declarar culpado e de testemunhar.

O julgamento durou mais quatro dias. O promotor do Departamento de Justiça Tyler Newby, um dos assistentes de Jay Prabhu, chamou mais doze testemunhas para depor, incluindo Peter Vu. Ele apresentou várias páginas de logs dos servidores como provas. Mostrou evidências escritas do vazamento de CDs, assim como os registros telefônicos mostrando que Glover havia telefonado para o celular de Cassim centenas de vezes — o mesmo celular que estava com Cassim ao ser preso. Rivera questionou todas as evidências. Contudo, para alguns pontos levantados — como a justificativa para

um relacionamento de longa distância com um funcionário de uma fábrica de CDs — ele não parecia ter boas respostas.

O julgamento chegou ao fim no dia 19 de março. Após cinco horas de deliberação, o júri chegou a um veredito. Cassim era inocente. Entre as centenas de casos originados da Operação Fastlink, essa era a primeira absolvição. Glover não podia acreditar. Ele iria para a prisão e Cassim ficaria livre com base no argumento do roteador wireless. Glover ficou furioso — não com Cassim, mas consigo mesmo. Ele nunca deveria ter assinado o acordo. Nunca deveria ter colaborado com o FBI. Deveria ter contratado um advogado melhor, deveria ter se arriscado. A estratégia de defesa da "rede aberta" havia funcionado.

Ou será que não? Afinal, Cassim não era o único julgado naquele caso. Matthew Chow também foi absolvido, mesmo depois de ter admitido ser um membro do grupo. E, se Chow não era culpado, o júri devia ter se baseado em outra informação além da segurança do roteador. Enquanto Rivera e Saunders discutiam os detalhes da atribuição de endereços de IP, Yates e Murphy haviam usado outra abordagem. Não querendo entediar o júri com informações técnicas, eles se concentraram na definição jurídica da palavra "conspiração". Uma conspiração costuma beneficiar os conspiradores de alguma forma óbvia, mas, no caso de Chow, essa lógica não parecia se aplicar. Não havia evidências de que Chow tivesse ganhado dinheiro com a participação no RNS. Pelo contrário, parecia que perdera dinheiro ao gastar parte do salário na compra de CDs em troca de — do quê exatamente? Filmes pirateados que na maioria dos casos também estavam disponíveis em outros lugares? Yates explicou ao júri que Chow não estava envolvido em uma conspiração. Ele só estava passando tempo on-line com amigos.

O argumento surtiu efeito. Em conversas após o julgamento, vários jurados disseram entender que os acusados provavelmente eram culpados, mas que as punições seriam severas demais, por isso optaram pela absolvição. O termo jurídico para isso é "nulificação". Ele se refere a um elemento peculiar do sistema jurídico americano, o qual promotores e juízes preferem que permaneça pouco conhecido. A nulificação é a prerrogativa dos júris de, aceitando o ônus da prova, passar por cima de leis consideradas injustas. Esse foi o verdadeiro motivo para a absolvição de Chow e provavelmente também para a de Cassim.

Por mais de uma década, o Rabid Neurosis se infiltrara na cadeia de abastecimento da indústria fonográfica. Eles haviam vasculhado o eBay em busca de cópias de divulgação de CDs; subornado DJs de

rádio e funcionários de lojas de discos; procurado brechas em depósitos, emissoras de televisão e estúdios musicais; conseguiram até entrar nas próprias fábricas. Eles tinham vazado três mil álbuns por ano, de todos os gêneros musicais. Haviam construído uma rede de infiltração e disseminação presente no mundo inteiro. Nas sombras da internet, tinham escondido tesouros secretos de material pirateado, protegendo-os com uma criptografia indecifrável. Uma equipe de especialistas do FBI e um pequeno exército de detetives particulares tentaram se infiltrar no grupo por mais de cinco anos e falharam. Os danos econômicos causados por eles à indústria fonográfica eram mensuráveis e reais e chegavam aos milhões e milhões de dólares.

Entretanto, em 19 de março de 2010, um júri do Texas especialmente selecionado pela falta de conhecimento em tecnologia concluiu que as leis que proibiam tais atividades não tinham que ser obedecidas.

EPÍLOGO

Seis meses após o julgamento de Adil Cassim, me encontrei com Karlheinz Brandenburg pela primeira vez. Na época ele tinha 53 anos e sua barba grisalha lhe dava a afetação distinta de um gênio. Ele ainda era diretor do Instituto para Tecnologias de Mídias Digitais do Fraunhofer em Ilmenau e era muito querido por lá. Os alunos falavam dele com carinho. Brandenburg não teve filhos — o mp3 era seu legado.

Agora, com a ascensão dos serviços de streaming como o Spotify, o formato parecia estar à beira da aposentadoria. Dieter Seitzer, o orientador da tese de Brandenburg, previra essa mudança trinta anos antes; tinha imaginado que o mp3 seria usado para o streaming de mídia, não para ser armazenado. Mas o Spotify não usava o formato mp3 e sim o Ogg, a alternativa de código aberto. Havia muito tempo, Brandenburg e Grill tinham suspeitado que o Ogg infringira suas patentes, mas estas já tinham mais de vinte anos e logo expirariam. Agora, a tecnologia era gratuita. Era a música que custava dinheiro.

Ainda assim, rico e bem-sucedido, ele não tinha do que reclamar. Os frutos de suas ideias podiam ser encontrados em todos os lugares onde aparelhos eletrônicos eram vendidos, remontando ao velho MPMan — que só comportava cinco músicas — encomendado pela Saehan International tantos anos antes. Aliás, Brandenburg ainda possuía um. Ele obviamente não funcionava mais — a bateria havia acabado e nenhum computador moderno tinha entrada para o conector de vinte pinos através do qual os arquivos eram transferidos. Contudo, por alguma razão, Brandenburg, que não era "sentimental" em relação à tecnologia, não conseguira se desfazer dele.

Doug Morris também era um homem de sorte. Fizera a aposta certa com Jay-Z e garantira à Universal milhares de dólares. No entanto, *The Blueprint 3* desencadeou um verdadeiro renascimento da carreira do rapper, vendendo muito além das expectativas, e no fim de 2010 era Shawn Carter quem comemorava. Enquanto isso, a indústria fonográfica chegava ao fundo do poço, fechando o ano com metade do tamanho que tinha em 2000. A Vivendi enfim decidiu recorrer à cláusula de aposentadoria compulsória e, no início de 2011, Morris foi

substituído como CEO no Universal Music Group e passou a ocupar o cargo de consultor, tendo autoridade limitada.

Após vinte anos na Warner, na Seagram e na Vivendi, Morris havia ganhado mais de 200 milhões de dólares. Mesmo no seu último ano de trabalho, sentado sobre os destroços do naufrágio da indústria fonográfica, ele recebera mais de 10 milhões de dólares. Era mais do que ele merecia? Talvez sim — documentos da empresa revelam que Lucian Grainge, que o sucedeu como CEO da Universal e foi preparado por ele, ganhava metade disso. Por outro lado, talvez não. A demanda pelos seus serviços permaneceu alta e, como ocorrera após sua demissão pela Time Warner em 1995, o incansável Morris foi contratado por uma empresa rival quase que de imediato, dessa vez para ser o presidente e CEO da Sony Music Entertainment. Morris — um analfabeto digital confesso de 72 anos — seria o pastor do novo milênio dos artistas e do repertório da Sony. Mais tarde no mesmo ano, o conglomerado musical britânico EMI foi adquirido pela Universal, transformando as Quatro Grandes em Três Grandes e deixando 80% da indústria fonográfica nas mãos do Universal Music Group, da Warner Music Group e da Sony Music Entertainment. Ao longo de sua carreira, Doug Morris já havia ficado à frente de todas elas.

À medida que artistas e gravadoras procuravam novas fontes de receita, a importância dos vídeos virais, dos direitos de edição, dos serviços de streaming e dos circuitos de turnês e festivais aumentava cada vez mais. Em 2011, pela primeira vez desde a invenção do fonógrafo, os americanos gastaram mais dinheiro com música ao vivo do que com música gravada. Em 2012, as vendas de músicas no formato digital na América do Norte ultrapassaram as de CDs. Em 2013, as receitas geradas pela assinatura e pela venda de anúncios dos serviços de streaming pela primeira vez ultrapassaram 1 bilhão de dólares.

As indústrias criativas agora lutavam para obter acordos de licenciamento para o streaming de mídia. A Apple comprou o Beats, pagando a Dr. Dre e Jimmy Iovine mais de 500 milhões de dólares cada. O Google Play entrou em cena. Spotify, Rhapsody, Deezer, Rdio e Pandora tiveram crescimento de dois dígitos. Foi travada uma verdadeira guerra de lances pelo direito de streaming dos catálogos do Led Zeppelin e dos Beatles. Na vanguarda estava o Vevo, com cinco bilhões de visualizações por mês e crescimento de 50% por ano. Morris agora entendia que aquela seria a obra de sua vida.

Mas o streaming não resolvia tudo. Pode não ter resolvido *nada*. As

plataformas de streaming de música eram eternos ralos de dinheiro, gastando montantes insustentáveis no licenciamento de conteúdo para atrair os primeiros usuários. Apesar desses gastos, artistas com milhões de execuções recebiam cheques de apenas centenas de dólares. Em 2013, com um clima de otimismo na economia, as receitas totais da indústria fonográfica voltaram a cair, alcançando o nível mais baixo em trinta anos. As pesquisas de mercado mostravam que os novos clientes do Spotify paravam de piratear quase que por completo. Por outro lado, também paravam de comprar álbuns. As gravadoras agora encaravam uma guerra difícil em duas frentes, com os serviços de streaming de um lado e os piratas do outro.

Os artistas começaram a experimentar. Lady Gaga teve um milhão de cópias do álbum *Born This Way* compradas em uma única semana depois de colocá-lo à venda por apenas 99 centavos. Beyoncé lançou um álbum "visual" homônimo com dezessete vídeos anexados e vendido apenas pela Apple. Thom Yorke, do Radiohead, retirou suas músicas do Spotify e colocou seu álbum *Tomorrow's Modern Boxes* no BitTorrent. Taylor Swift fez o mesmo e conseguiu vender quase dois milhões de cópias do álbum *1989* em um mês, a grande maioria em megastores.

A venda no varejo facilitava o vazamento, mas a indústria tomava mais precauções. Durante anos, Kanye West fora um dos alvos favoritos do RNS. Em 2011, ele contra-atacou. Um artigo na *Billboard* detalhou o "esquema em escala quase militar"[1] montado por ele para manter no estúdio seu álbum de colaborações *Watch the Throne*, guardando as fitas máster digitais em HDs trancados em caixas da Pelican à prova d'água sempre à vista dos engenheiros. A abertura das caixas requeria identificação biométrica, e as máster finalizadas foram levadas para as fábricas de produção sob uma rígida vigilância. Os piratas só colocaram as mãos no álbum na terça-feira em que ele foi lançado.

É claro que a forma mais fácil de evitar vazamentos seria se livrar de vez do CD. Contudo, nem mesmo em 2013, após dezessete anos de caos psicoacústico, a indústria podia se dar a esse luxo — mais de um terço das receitas da indústria fonográfica americana ainda era proveniente da venda de álbuns físicos, e mundialmente era mais da metade. A última grande fábrica de CDs dos Estados Unidos ficava em Terre Haute, Indiana, e a indústria ainda dependia dela. Quando os CDs eram enviados para as lojas, a cadeia de abastecimento tornava-se difusa demais para ser controlada, e novos grupos da Scene, como o CMS, o MOD e o CR, entraram no páreo pela coroa do RNS.

Entretanto, nenhum chegou perto do domínio alcançado pelo RNS, e a Scene começou a entrar em declínio.

Adil Cassim arranjou um novo emprego como gerente de TI e deixou a casa da mãe. Temendo uma ação civil da RIAA, recusou-se a falar com a imprensa. Por meio do advogado, Domingo Rivera, continuou insistindo que não tinha relação alguma com a presença cibernética conhecida como "Kali". Matthew Chow, julgado junto com ele, também se recusou a dar declarações à imprensa e deletou o perfil no Facebook. Patrick Saunders, o informante, se livrou da prisão, cumpriu a pena em regime condicional e acabou conseguindo um emprego como assistente jurídico.[2] Simon Tai, antigo coordenador das cópias do RNS, nunca foi acusado.[3] Tony Dockery ficou preso por pouco tempo e depois arranjou um emprego no turno da noite no Motel Super 8, em Shelby. Bruce Huckfeldt e Jacob Stahler, os piratas do Apocalypse Production Crew de Iowa, ficaram em regime condicional e depois passaram a se dedicar ao halterofilismo.

Alan Ellis permaneceu recluso. Após o julgamento do Oink, não voltou a dar entrevistas e todos os seus vestígios na internet foram apagados. Não consegui descobrir se hoje ele está empregado nem seu paradeiro preciso. No final, depois de meses tentando, recebi um único e-mail dele falando sobre o Oink: "Foi uma parte da minha vida que fico feliz por ter deixado para trás."

E quanto a Dell Glover? Em março de 2010 ele foi para uma prisão de segurança mínima e cumpriu a pena de três meses. A prisão acabou não sendo tão ruim — mais tediosa do que infernal —, e ele foi solto em junho. Como recebera uma ordem judicial de não entrar em contato com os outros envolvidos na conspiração, sua amizade com Dockery chegou ao fim. Ainda em regime condicional, ele temia não arranjar um emprego, mas Glover sempre trabalhou duro e logo conseguiu uma oportunidade, instalando as grades dianteiras dos caminhões produzidos na fábrica da Freightliner, em Cleveland, na Carolina do Norte.

Nosso primeiro encontro foi em 2012. Depois de sair da prisão, ele também se interessou pelo levantamento de pesos, frequentando a academia com a disciplina que lhe era característica e logo ganhando nove quilos de músculos. Contudo, embora seu corpo tenha se tornado cada vez maior e intimidante, pude ver pelas fotos que o rosto havia relaxado, e, quando Glover refletia sobre a sua vida, a careta de sempre dava lugar a uma expressão de ternura paternal. Creio que ele nunca chegou a considerar os riscos que corria como pirata. Só quis uma coisa e seguiu seu impulso. No entanto, a experiência com o

sistema criminal americano o marcou e, às vezes, quando me contava as partes mais interessantes da história, ele ia até a janela e puxava a cortina para dar uma olhada na rua, como se o FBI ainda pudesse estar por ali, à espera de mais um deslize.

No fim do ano, ele começou a se perguntar se não havia uma forma mais fácil de ganhar dinheiro do que fazer turnos de dezesseis horas numa linha de produção. O capital tinha se tornado global e num segundo ia de Nova York para Montreal, para Paris e para o Japão. O trabalho continuava local, preso a Shelby, Carolina do Norte. Essa desconexão geográfica era uma das principais razões por trás das desigualdades, e Glover começou a perceber isso. Ele se matriculou no período noturno de um curso de bacharelado em ciência da computação. Passou a trabalhar menos e sua vida se tornou mais estável. Glover frequentava a igreja Friday Memorial Baptist. E vendeu o Navigator — com os aros e tudo — para um comprador que encontrou no Craigslist.

Contudo, manteve as atividades paralelas. Agora com quarenta anos, Glover ainda fazia bicos como um autointitulado "consertador". Por pequenas quantias em dinheiro, ele fazia serviços simples de manutenção e reparo de computadores. Instalava programas nas máquinas dos amigos, instalava redes wireless para idosos — tomando sempre o cuidado de protegê-las com senha —, formatava HDs e reinstalava sistemas operacionais. Por 20 dólares, desbloqueava seu iPhone.

Esses trabalhos se estenderam à tecnologia do disco óptico. Xbox, PlayStation, Wii, Blu-ray — se o aparelho apresentasse defeito, era só levá-lo para Glover que ele o consertava por uma pequena taxa em dinheiro. Na maioria das vezes, o dono tinha inserido uma mídia sobre a outra ou o laser tinha queimado. Os consertos eram simples, requerendo não mais do que uma chave de fenda e uma peça para reposição. O que significava que, se houvesse um CD player quebrado, Dell Glover podia consertá-lo também.

Com o desenvolvimento da tecnologia, essas relíquias físicas foram sendo abandonadas. Eu e Glover nos identificamos na afeição por tecnologias obsoletas — para manter minha coleção de músicas, guardo todos os HDs de todos os computadores que já tive. Ao todo, eram nove, o primeiro remontando a 1997, cada um com o dobro da capacidade do anterior. O primeiro, com apenas dois gigabytes, continha as primeiras músicas que pirateara. Agora, contando todos os HDs, eu tinha mais de cem mil arquivos mp3.

Eu havia levado dezessete anos para acumular todos esses arquivos,

mas o surgimento da computação em nuvem fez disso algo sem sentido. Meus instintos de acumulador estavam desaparecendo, manter a biblioteca se tornava mais cansativo a cada ano, e os HDs mais antigos nem sequer funcionavam em sistemas modernos. Por isso, acabei cedendo, contratei um plano do Spotify e aceitei a realidade: o que eu considerava meu arquivo pessoal não passava de um monte de lixo em um lento processo de desmagnetização.

Como poderia me desfazer de tudo aquilo? Dei uma busca no Google por "serviços de destruição de dados" e acabei em um armazém no Queens[4] com uma sacola de plástico cheia de HDs. Eu pretendia pagar pelo serviço, mas o técnico me disse que, como o trabalho era tão simples, faria de graça. Ele me conduziu por um enorme galpão compartilhado por várias empresas industriais até um espaço delimitado por grades que pertencia à sua firma. Quando chegamos, observei-o colocar um par de óculos de proteção e em seguida pegar um pregador pneumático. Ele tirou um HD da sacola, colocou-o sobre uma bancada e disparou meia dúzia de pregos contra a estrutura de metal. Depois, pegou-o e balançou perto do ouvido para ouvir o barulho revelador do núcleo magnético despedaçado. Um a um, ele repetiu o processo até a sacola ficar vazia. Ao terminar, pegou todas as unidades destruídas e jogou sobre milhares de outras numa lixeira.

NOTA SOBRE AS FONTES

Certa vez, um detetive particular me explicou a essência do método investigativo: "Você começa com um documento. Em seguida, o mostra a alguém e lhe faz perguntas sobre ele. Então, essa pessoa cita outro documento. Aí você repete o processo até se esgotarem as pessoas e os documentos." Partindo da entrevista da newsletter *Affinity* citada neste livro e seguindo esse processo iterativo por quatro anos, acabei com dezenas de pessoas e dezenas de milhares de documentos. Um catálogo abrangente ocuparia várias páginas, por isso a seguir há uma seleção deles.

Os entrevistados mais importantes para o livro foram Karlheinz Brandenburg, Robert Buchanan, Brad Buckles, Leonardo Chiariglione, Ernst Eberlein, Keith P. Ellison, Frank Foti, Harvey Geller, Bennie Lydell Glover, Bennie Glover Jr., Loretta Glover, Iain Grant, Tom Grasso, Bernhard Grill, Bruce Hack, Jürgen Herre, Bruce Huckfeldt, James Johnston, Larry Kenswil, Carlos Linares, Henri Linde, Doug Morris, George Murphy, Tyler Newby, Harald Popp, Eileen Richardson, Domingo Rivera, Hilary Rosen, Johnny Ryan, Patrick Saunders, Dieter Seitzer, Jacob Stahler, Alex Stein, Simon Tai, Steve van Buren, Terry Yates e Elizabeth Young.

A lista de documentos é mais longa. Os relatórios anuais do Instituto Fraunhofer de Circuitos Integrados foram complementados pelos arquivos do próprio centro de pesquisa, sobretudo pelo site que conta a história do mp3 e pelos vídeos curtos de entrevistas com os primeiros participantes da equipe do invento. Obtive outra perspectiva histórica da trajetória do mp3 por meio da Telos Systems, e a versão "oficial" da criação do mp3 foi complementada por relatórios e comunicados à imprensa do MPEG, do ISO, do AES e de vários escritórios de patentes. O arquivo de Leonardo Chiariglione no MPEG, disponível no site Chiariglione.net, foi especialmente útil. Versões demo iniciais do L3Enc, do Winplay3 e de outros programas históricos de meados dos anos 1990 foram obtidas em vários sites underground. (Muitas vezes, os piratas provaram ser os melhores arquivistas.)

Consegui as informações sobre a estrutura e a natureza da Scene principalmente a partir de documentos jurídicos, transcrições de

depoimentos e provas apresentadas pelo Departamento de Justiça durante as ações contra vários grupos de warez, em particular o RNS, o APC e o RiSC-ISO. Somou-se a isso o arquivo extremamente editado da investigação sobre Patrick Saunders, que foi obtido pelo próprio Saunders sob o Freedom of Information Act [lei sobre a liberdade de informação]. Os registros do sistema jurídico oficial foram igualados — e às vezes até mesmo excedidos — pela burocracia paralela da própria Scene. Vários sites dupecheck e bancos de dados vazados forneceram milhões de arquivos NFO, mas eles foram todos reunidos em um só local apenas quando Tony Söderberg criou o Srrdb.com. O trabalho incansável de outros historiadores da internet também se provou inestimável, sobretudo o de Jason Scott e do restante da equipe do Internet Archive.

As informações referentes à vida e à história de Dell Glover vieram de dez entrevistas que fiz com ele, tanto por telefone quanto pessoalmente, ao longo de quase três anos. Comprovei os detalhes dados por ele por meio de fotos históricas, depoimentos em tribunais, provas do Departamento de Justiça, cartas pedindo clemência escritas por amigos, parentes e vizinhos, postagens no Facebook, registros da Vivendi Universal e Glenayre, registros das prisões do gabinete do xerife do condado de Cleveland e visitas à fábrica de Kings Mountain. Já os detalhes sobre os CDs vazados foram checados através de referências cruzadas com NFOs do RNS e confrontados, sempre que possível, com os próprios CDs — que ele ainda guarda.

As informações relativas à ascensão e queda do Oink's Pink Palace foram obtidas sobretudo de minhas próprias experiências como usuário do site e de minha participação no submundo dos trackers privados como um todo (cujo único objetivo era servir à minha pesquisa, é claro). Essa experiência pessoal foi complementada por provas, depoimentos e documentos jurídicos dos julgamentos conduzidos na Europa contra os responsáveis pelos torrents, principalmente do processo do Reino Unido contra Alan Ellis e das ações legais da Suécia contra os fundadores do Pirate Bay. Também consegui informações históricas sobre os sites na documentação incrível do torrentfreak.com. Além disso, vários documentários, sobretudo o *TPB AFK*, me ajudaram a entender esse mundo.

Os detalhes sobre os altos e baixos da indústria fonográfica foram extraídos dos relatórios de vendas fornecidos pela *Billboard*, pela RIAA e pela IFPI, complementados por décadas de relatórios corporativos do Warner Music Group (em várias encarnações), MCA, Seagram, Apple, Sony e Vivendi Universal. Tive acesso a outro ponto de vista da

questão por meio das análises da indústria produzidas pela Bain & Company, Nielsen Company, Institute for Policy Innovation, Townsend-Greenspan & Co. e o extinto Office of Technology Assessment. As provas de delitos cometidos na indústria fonográfica, especificamente no que diz respeito à fixação de preços dos CDs e ao jabá, foram obtidas a partir da Federal Trade Commission e do gabinete do procurador-geral do estado de Nova York. Os dados referentes à estrutura, ao financiamento e ao processo de tomada de decisão da RIAA vêm de documentos públicos do sistema tributário, entrevistas, depoimentos de tribunais e provas anexadas em inúmeros casos da vara cível. Quanto às informações sobre os artistas, pesquisei em diversas publicações especializadas e de vídeos, mas gostaria de destacar o documentário de 2009 sobre Lil Wayne, de Adam Bhala Lough, *Tha Carter*.

Os detalhes sobre a carreira, os ganhos e os bens de Doug Morris foram obtidos a partir de arquivos corporativos e registros públicos, complementados por diversas aparições públicas ao longo dos anos, em particular a do programa *CEO Exchange* de 2007, na PBS, e o discurso proferido em 2013 na Oxford Business School. O arquivo de 2.203 fotos de Morris em festas da Getty Images também ajudou a formar o contexto, assim como o depoimento dado por ele ao congresso em 2007 defendendo o conteúdo das letras do rap. Naturalmente, a carreira incrível de Morris já atraíra bastante atenção da mídia, e aqui devo agradecer a outros jornalistas, em particular no que diz respeito à reorganização frenética da indústria fonográfica em 1995. Embora eu tenha tentado complementar, sempre que possível, esse trabalho com a minha própria pesquisa, nada substitui uma cobertura original feita na época do fato ocorrido. Nesse aspecto, devo destacar o trabalho de James Bates, Connie Bruck, Dan Charnas, Fredric Dannen, Fred Goodman, Robert Greenfield, Walter Isaacson, Steve Knopper, Mark Landler, Joseph Menn, Seth Mnookin e Chuck Philips. Quanto mais pesquisava sobre a vida de Morris, mais impressionado eu ficava com as habilidades e a tenacidade investigativa da “velha guarda” de repórteres de jornais e revistas. Mantenhamos essa tradição viva.

NOTAS

INTRODUÇÃO

1. Quando passei a adotar arquivos de melhor qualidade de sites privados de torrents, percebi que os álbuns ocupavam mais espaço do que os downloads comuns.
2. Especificamente, um banco de dados de NFOs da Scene que remonta a 1982.
3. Diferentes grupos de distribuição da Scene e sites de torrents usaram especificações diversas de acordo com preferências por taxas de bits e por codificadores ao longo dos anos. Pela comparação dessas especificações com os metadados ID3 incorporados ao arquivo, é possível ter uma ideia geral do local e data de origem do mp3.

CAPÍTULO 1

1. São todas citações de colegas do Fraunhofer. A última é de Seitzer.
2. Para outros detalhes, ver Eberhard Zwicker e Richard Feldtkeller, *The Ear as a Communication Receiver* (Acoustical Society of America, 1999).
3. O slogan da Philips para a demonstração do CD em 1982 era “Pure, Perfect Sound Forever” [som puro e perfeito para sempre]. A amostra continha faixas de Elton John, Dire Straits e da Dutch Swing College Band.
4. As informações digitais são armazenadas em unidades de zero ou um, e cada valor individual é chamado de “bit”. A taxa de bits do áudio dos CDs é de 1.411,2 kilobits por segundo (kbps). Ou seja, são necessários 1.411.200 desses bits para armazenar um segundo de som estéreo. As primeiras linhas telefônicas digitais da Alemanha transmitiam dados a 128 kbps, ou seja, conseguiam transmitir 128 mil desses bits por segundo. Assim, as especificações do áudio em CD eram 11,025 vezes maiores do que a capacidade dos cabos de dados. No estilo conservador de um engenheiro, Seitzer arredondou esse número.
5. Tecnicamente, o algoritmo de Brandenburg percorria o áudio original várias vezes até alcançar a taxa de bits desejada. A cada passagem, as informações eram simplificadas e um número menor de bits, usado. Para produzir um mp3 de 128 kbps, o algoritmo percorria o áudio mais vezes do que para criar um mp3 de 256 kbps. Por isso, a qualidade do mp3 de 128 kbps era menor.
6. Como Newton, Johnston alegava ter feito a descoberta primeiro e, de um modo um tanto rude, citava uma apresentação pública que fizera em Toronto em 1984 traçando as linhas gerais dos conceitos da codificação perceptual e que teria

antecedido o trabalho de Brandenburg em quase dois anos. Contudo, a AT&T não havia entendido o valor da pesquisa de Johnston, e Brandenburg registrara a patente antes.

7. O MPEG talvez seja o comitê de padronização mais estranho do mundo. Hoje sua existência depende quase inteiramente do trabalho de uma única pessoa: um excêntrico engenheiro italiano chamado Leonardo Chiariglione. Apesar de ter dedicado mais de dez mil horas de sua vida como voluntário na administração da organização nos últimos 25 anos, Chiariglione jamais reclamou nenhuma de suas patentes e nunca ganhou dinheiro por seu trabalho. Ele descreve sua motivação em termos quase metafísicos: "O MPEG é a ponte entre o humano e o restante do mundo."
8. Uma descrição técnica do formato e dos resultados do concurso de Estocolmo é dada em "MPEG / Audio Subjective Assessments Test Report", International Organization for Standardization, 1990.
9. Além do acordo com o MPEG, o Fraunhofer fez concessões de engenharia para satisfazer a Thomson e a AT&T. A tecnologia final continha uma variedade de métodos de amostragem e compressão de som, reunindo-os ao equivalente em computação a uma fita de mascaramento. James Johnston — que, apesar do jeito irritadiço e franco, era cauteloso o bastante para nunca usar palavrões — descreveu o mp3 como "um híbrido. Ou talvez uma palavra rude para um filho ilegítimo".
10. O termo "mp3" só se popularizou com o lançamento do Windows 95. No período após o anúncio do MPEG, ele era chamado de "Layer 3". Apesar de ser anacrônico, a partir deste ponto será usado o termo "mp3" para manter a clareza.
11. Ver, por exemplo, Karlheinz Brandenburg, "MP3 and AAC Explained", artigo apresentado na XVII Conference on High Quality Audio Coding da AES, Signa, Itália, 2-5 de setembro de 1999.
12. A escolha oficial do padrão europeu de radiodifusão de áudio digital foi registrada em maio de 1995.

CAPÍTULO 2

1. Tecnicamente, o terreno da propriedade fica em Grover, Carolina do Norte. Entretanto, todos os ex-funcionários da fábrica com os quais conversei referem-se a ela apenas como a fábrica de Kings Mountain.
2. A BMW já havia produzido peças de automóvel fora da Alemanha, mas a fábrica de Spartanburg foi a primeira linha de produção completa.
3. Impressão do autor confirmada pelo site imobiliário Zillow.

CAPÍTULO 3

1. Mark Landler, "The Perks of a Music Man", *The New York Times*, 10 de julho de 1995.

2. Chuck Philips, "Universal Music Chief's Winding Comeback Trail", *Los Angeles Times*, 12 de maio de 1999. A citação de Morris é: "Sim. Eu era como uma cruza de Neil Sedaka e Bobby Darin. Hoje isso parece não ter personalidade, mas era o que fazia sucesso em 1962."
3. Para mais detalhes sobre o tratamento clássico de Ertegun, ver George W.S. Trow, "Eclectic, Reminiscent, Amused, Fickle, Perverse", *The New Yorker*, 29 de maio e 5 de junho de 1978.
4. Robert Greenfield, *The Last Sultan: The Life and Times of Ahmet Ertegun* (Nova York: Simon & Schuster, 2011), p. 313.
5. Para saber mais sobre o tema, ver Fredric Dannen, *Hit Men: Power Brokers and Fast Money Inside the Music Business* (Nova York: Vintage, 1990).
6. Entrevista com Morris. Ele conta essa história há anos. Ver também Greenfield, *Last Sultan*, p. 313.
7. Ver, por exemplo, James Bates, "Music Maven: Doug Morris Has Set the Tone for the Dinosaur-to-Diva Rise of Atlantic", *Los Angeles Times*, 8 de abril de 1994. Morris é descrito como "alguém que passou anos esperando antes de enfim conseguir sua chance".
8. Para conhecer a história completa, ver Fredric Dannen, "Showdown at the Hit Factory", *The New Yorker*, 21 de novembro de 1994.
9. Larry Kenswil, entrevista com o autor.
10. De Marc Nathan, entrevistado por Michael Laskow para o site da Taxi, uma companhia independente de artistas e repertório: "O A&R havia dispensado o Hootie and the Blowfish, porque todos achavam que eles não passavam de uma banda de bar. Mas um assistente de pesquisa (...) não parava de falar dessa banda chamada Hootie and the Blowfish que estava vendendo de cinquenta a cem unidades em quase todas as lojas das Carolinas. Quando as planilhas do varejo chegaram às suas mãos, Doug Morris perguntou 'Quem é essa tal Hootie and the Blowfish?', e o A&R respondeu 'Ah, é uma banda de bar, nós os dispensamos'. Doug retrucou: 'Então mandem alguém voltar atrás agora mesmo porque eles são o que estamos procurando.'"
11. Fred Goodman, *Fortune's Fool: Edgar Bronfman Jr., Warner Music, and an Industry in Crisis* (Nova York: Simon & Schuster, 2010), p. 79. De acordo com Goodman, foi Danny Goldberg quem fez a piada como um comentário sussurrado, depois repetido em voz alta por Iovine. Ele cita Iovine como sua fonte.
12. Steve Knopper, *Appetite for Self-Destruction: The Spectacular Crash of the Record Industry in the Digital Age* (Nova York: Free Press, 2009), p. 61.

13 Bob Dole, discurso de campanha de Dole, vídeo da C-SPAN, 31 de maio de 1995.

14. Morris ainda tem essa foto. Hoje ela fica na mesinha de centro dele na Sony.

CAPÍTULO 4

1. Church faleceu aos 56 anos devido a um câncer cerebral em 2012. Numa página

em sua homenagem no site da Telos, ele foi lembrado com carinho por amigos, familiares e colegas.

2. O L3Enc usava uma interface de linha de comando baseada no DOS. Um típico comando de 1995 poderia ser:

   l3enc track_10.wav ironic.mp3 -br 128000

   Isso manda o algoritmo de Brandenburg comprimir "Ironic", de Alanis Morissette, para 128 mil bits por segundo.
3. Não precisava ser um CD. O algoritmo de Brandenburg podia ser executado com qualquer fonte de áudio.
4. Hoje conhecida como Technicolor SA.
5. Robert Friedrich, um especialista em hardware do Fraunhofer, foi quem desenvolveu o dispositivo.
6. A captura de tela mais antiga desse site no Internet Archive data de agosto de 1996. Grill acredita que as primeiras páginas eram parecidas.
7. O texto está no arquivo readme.txt que acompanhava as primeiras versões do L3Enc.

CAPÍTULO 5

1. Hoje conhecida como Hughes Communications.
2. Essa descrição se baseia na captura de tela mais antiga do Yahoo! encontrada no Internet Archive, de 17 de outubro de 1996.
3. Essas citações foram tiradas de *Affinity #3,* "Spot Light". "NetFraCk" foi entrevistado por "Mr. Mister", e a conversa data de 19 de agosto de 1996. O arquivo executável pode ser encontrado em Textfiles.com, mas é necessário um emulador de DOS para visualizá-lo. Meus agradecimentos a Johnny Ryan, da University College Dublin, pela indicação.

CAPÍTULO 6

1. A expressão foi cunhada por Peter C. Newman, *The Bronfman Dynasty* (Toronto: McClelland & Stewart, 1978).
2. Para outros detalhes, ver Connie Bruck, "Bronfman's Big Deals", *The New Yorker*, 11 de maio de 1998.
3. Goodman, *Fortune's Fool*, p. 81. A Time Warner e Morris acabaram resolvendo a questão com um acordo confidencial, e o processo contra ele foi encerrado.
4. Ibid., p. 81.
5. Morris substituiu Al Teller, que pediu demissão devido a "diferenças filosóficas". Por coincidência, no mesmo dia Michael Fuchs, o homem que demitira Morris na Warner, também foi mandado embora. Contando com Ertegun na Atlantic e Robert Morgado na Warner, Morris então havia superado seus quatro chefes anteriores. Para mais informações, ver Chuck Philips, "Company Town: Music Industry Shake-Up", *Los Angeles Times*, 17 de novembro de 1995.

6. A equipe de artistas e repertório de Morris, formada por Jocelyn Cooper, Marc Nathan e Dino Delvaille, foi quem chamou sua atenção para o Cash Money. Para outros detalhes, ver Dan Charnas, *The Big Payback: The History of the Business of Hip-Hop* (Nova York: Penguin, 2011), p. 574.
7. Minha impressão ao observar Morris analisar um novo artista em seu escritório na Sony.
8. A citação exata sobre Bronfman, de autoria de um executivo anônimo da área do entretenimento, é: "Ele é como uma *piñata*! É só bater nele que o dinheiro cai." Bruck, "Bronfman's Big Deals", p. 77.
9. Em 1709, escrevendo para *The Tatler*, o colunista britânico Joseph Addison queixou-se de "um bando de desgraçados que nós, Autores, chamamos de Piratas, que imprimem em um volume menor qualquer livro, poema ou sermão assim que vem ao mundo e o vendem, como todos os outros ladrões fazem, a preços menores".

CAPÍTULO 7

1. A distribuição simultânea do L3Enc e do WinPlay3 ajudou na rápida adoção do mp3. Por outro lado, catorze anos separavam a introdução do CD player e a do gravador de CD doméstico.
2. Ver, por exemplo, o primeiro tutorial de liberação do mp3 do Digital Audio Crew, de 30 de agosto de 1996.
3. Especificamente Hilary Rosen, corroborada por Kenswil, Brandenburg e Grill.
4. Mesmo hoje, certas amostras bem específicas podem causar problemas psicoacústicos na codificação para mp3. Castanholas são particularmente difíceis.
5. O próprio Young admitiu que perdeu parte da audição em decorrência de anos ouvindo retorno de guitarra. Ele está em uma missão quixotesca aqui.
6. As informações sobre as patentes relacionadas ao mp3 foram obtidas a partir de MP3licensing.com, de entrevistas com Brandenburg e Linde, do Instituto Europeu de Patentes e das minhas próprias tabelas.
7. A Nullsoft acabaria obtendo a licença do Instituto Fraunhofer, mas só depois de o Winamp ter alcançado grande popularidade e sob a ameaça de ser processado.
8. O texto exato concede ao Congresso o poder "de promover o progresso da ciência e das artes úteis, assegurando a autores e inventores o direito exclusivo sobre seus respectivos textos e descobertas por um tempo limitado" (artigo I, seção 8, cláusula 8).

CAPÍTULO 8

1. Henning Jorgensen. Ele ainda mora na Carolina do Norte.
2. Conhecido no meio acadêmico como "teoria das atividades rotineiras". Criminologistas acadêmicos não usam o triângulo, mas um diagrama de Venn, com o crime no meio.

3. Dos mais de cem processos contra a Scene aos quais tive acesso, apenas em dois havia mulheres sendo acusadas. Entretanto, por um curto período nos anos 1990, existiu um grupo de compartilhamento conhecido como GLOW ("Gorgeous Ladies of Warez", mulheres lindas do warez).
4. Na segunda metade dos anos 1990, os piratas do IRC preferiam o sistema File eXchange Protocol (FXP) ao mais comum File Transfer Protocol (FTP).

CAPÍTULO 9

1. Do discurso proferido por Iovine em 2013 para os formandos da Universidade do Sul da Califórnia: "Aprendi que uma dessas terríveis inseguranças pode ser usada como a maior motivação da vida, o energético de cinco horas mais forte já concebido. Chama-se o velho e bom medo."
2. Goodman, *Fortune's Fool*, p. 141.
3. Ver John Jurgensen, "Just Asking: Decoding Jay-Z", *The Wall Street Journal*, 21 de outubro de 2010. Ainda assim, ele continua cantando essa música.
4. O produtor era Lance "Un" Rivera. Carter se declarou culpado em 2001 e foi condenado a três anos de liberdade condicional.
5. Uma coalisão de procuradores-gerais do estado, liderada por Eliot Spitzer, mais tarde recuperaria 143 milhões de dólares em dinheiro e produtos da indústria fonográfica. Como de costume, as gravadoras não admitiram ter agido com má-fé.
6. Joseph Menn, *All the Rave: The Rise and Fall of Shawn Fanning's Napster* (Nova York: Crown Business, 2003), p. 164.
7. De acordo com Eileen Richardson, ex-CEO do Napster. Quando uma artista de renome mais tarde tentou fechar um acordo com o Napster, Richardson disse que John Fanning deu a mesma resposta: "Foda-se ela e foda-se seu milhão de dólares." Entrevista feita pelo autor.
8. Ver, por exemplo, Dan Tynan, "The 25 Worst Tech Products of All Time", *PC World*, 26 de maio de 2006.
9. A A&M Records era a primeira da lista, pois os autores do processo eram citados em ordem alfabética.
10. Tommy Mottola, da Sony, também era muito bem compensado, mas deixou o cargo em 2003.
11. Esses números foram obtidos com a RIAA e a partir dos meus próprios cálculos. Inspirados pela excelente análise realizada por Michael Degusta sobre as receitas históricas da indústria fonográfica. Ver "These Charts Explain the REAL Death of the Music Industry", *Business Insider*, 18 de fevereiro de 2011.

CAPÍTULO 10

1. Frank Rose, "The Civil War Inside Sony", *Wired*, novembro de 2002.
2. Charles C. Mann, "The Heavenly Jukebox", *Atlantic*, setembro de 2000.
3. Mark Boal, "Leonardo's Art", *Brill's Content*, agosto de 2000.

4. Os arquivos da SEC mostram que Frankel detinha 522.661 ações da AOL, na época valendo 112 dólares cada.
5. Relatório anual de 2001 do Fraunhofer.
6. Ver, por exemplo, o discurso de abertura de Brandenburg para a Techfest 2012, Indian Institute of Tecnology Bombay, Índia.
7. Chris "Monty" Montgomery, que liderou o desenvolvimento do padrão Ogg, mais tarde chamou esse tipo de ação de "taxa de proteção". O advogado do código aberto Eben Moglen argumentou que "uma acusação de violação não tem peso legal, então não há nada negativo em se fazer essa afirmação". Para outros detalhes, ver Jake Edge, "Xiph.org's 'Monty' on Codecs and Patents", *Lwn.net*, 9 de novembro de 2011.

CAPÍTULO 11

1. Documentos sobre os padrões de compartilhamento da Scene para diversas mídias hoje estão disponíveis em Scenerules.irc.gs.
2. Mas você está, não é mesmo? O primeiro método de codificação do mp3 do Fraunhofer usava o mesmo número de bits por segundo em todo o processo de codificação — até mesmo em trechos da música que podiam ser representados com pouquíssima informação. Essa era a codificação com taxas *constantes* de bits. No final dos anos 1990, os pesquisadores de uma companhia de software de áudio chamada Xing perceberam que era melhor usar mais bits para os trechos mais complexos da música e menos bits para os trechos mais simples. O método foi chamado codificação de taxa de bits *variável*, e a Xing introduziu um codificador para mp3 com esse recurso. A maioria dos arquivos mp3 hoje usa taxas variáveis.
3. Comentário deixado no Facebook em uma foto de Glover com o Quad Squad.
4. Chaney Sims depois se declarou culpado pela posse de propriedade roubada, um delito leve.

CAPÍTULO 12

1. Frank Pellegrini, "What AOL Time Warner's $54 Billion Loss Means", *Time*, 25 de abril de 2002.
2. A terceira geração do iPod, lançada em abril de 2003.
3. Andy Reinhardt, "Steve Jobs on Apple's Resurgence: Not a One-Man Show", *BusinessWeek*, 12 de maio de 1998.
4. Carlos Linares, designado pela RIAA como especialista a prestar depoimento durante os processos relacionados ao compartilhamento de arquivos, ao conversar comigo usou esse termo repetidas vezes para descrever as ações.

CAPÍTULO 13

1. Em 2011, durante o processo contra o LimeWire, a RIAA entrou com um

requerimento pedindo uma indenização por danos materiais de 75 trilhões de dólares — mais do que todo o PIB mundial.
2. Conhecida como "spoofing", a estratégia foi uma tentativa fracassada da RIAA de degradar o valor dos sites peer-to-peer ao inserir neles arquivos falsos.
3. Para outras informações sobre eles, ver o ótimo documentário feito por meio de crowdfunding *TPB AFK: The Pirate Bay Away from Keyboard*, dirigido por Simon Klose (Nonami, 2013) e legalmente disponível para download por torrent.
4. A resposta foi postada no site do Pirate Bay em agosto de 2004 e terminava com "Educado como sempre, Anakata". Anakata é o pseudônimo de Svartholm Warg na internet.
5. Hoje mais conhecida como Universidade Teesside.
6. Para ser específico, ele insistia que os arquivos mp3 deveriam ter taxas de bits variáveis de no mínimo 192 kbps.
7. Ellis mais tarde passaria a admitir também gravações de fitas cassete, vinis e de streaming.

CAPÍTULO 14

1. O próprio Kelly havia vazado o primeiro verso da música semanas antes, dando uma pequena amostra do remix aos ouvintes. Ele não costumava fazer isso.
2. Dezessete deles fecharam acordos que os salvaram da prisão. O único que não fechou um acordo foi Barry Gitarts, condenado a dezoito meses de prisão.
3. Do NFO do vazamento de 2002 de *Home*, das Dixie Chicks, feito pelo EGO.

CAPÍTULO 15

1. Para detalhes muito mais aprofundados, ver *Fortune's Fool*, de Goodman.
2. A EDC acabou sendo adquirida pela Glenayre Technologies, uma firma de troca de mensagens via wireless que então adotaria o nome da EDC.
3. Ver *Billboard*, "Red Hot Chili Peppers, QOTSA, T.I. Rock for Zune", 11 de novembro de 2006. Suas palavras exatas foram: "Esses dispositivos são apenas repositórios para músicas roubadas, e todo mundo sabe disso, então é hora de recebermos por isso." As observações foram feitas quando o próprio Morris tentava entrar no mercado do mp3 player. Em troca da concessão de licenças para a comercialização das músicas, ele negociara com a Microsoft para que a empresa pagasse uma porcentagem à Universal de cada Zune vendido. Como o dispositivo foi um fracasso, o acordo não rendeu nenhum lucro, mas, se tivesse feito o mesmo acordo com a Apple, Morris teria ganhado uma fortuna.
4. O principal era Bob Lefsetz, do Lefsetz Letter, um blog acompanhado por grande parte da indústria. Morris se referia a ele como um "passarinho irritante".
5. E-mail enviado em 11 de julho de 2003 pedindo a campanha e usado como prova pela procuradoria geral do estado de Nova York. O custo do embuste foi de 1.750 dólares.

6. E-mail enviado em 18 de junho de 2005 e apresentado como evidência pela procuradoria geral do estado de Nova York. Os nomes do remetente e do destinatário foram suprimidos.
7. A situação era pior para artistas já estabelecidos. Joe Walsh, ex-guitarrista dos Eagles, mais tarde lembraria a pressão dos executivos por uma sequência do bem-sucedido álbum *Greatest Hits*: "A gravadora não se importava se peidávamos e arrotávamos. Era só: quando ficará pronto? Eles lançariam qualquer coisa, porque aquilo foi o trimestre inteiro deles." *History of the Eagles*, dirigido por Alison Ellwood (Jigsaw Productions, 2013).
8. Para outros detalhes sobre esse período da vida de Wayne, ver *Tha Carter*, dirigido por Adam Bhala Lough (QD3 Entertainment, 2009).
9. Knopper, *Appetite*, p. 247.
10. A ideia é mencionada no arquivo do FBI do caso de Patrick Saunders, obtido sob o Freedom of Information Act. Ela foi vetada pelo conselheiro sênior para crimes cibernéticos, que citou experiências anteriores com contatos da indústria. Por o arquivo ter sido muito editado, não fica claro se o FBI já tinha feito isso antes.

CAPÍTULO 16

1. Ver "Rock Star Back from the Dead", *Birmingham Post* (Reino Unido), 7 de abril de 2000.
2. Free Lossless Audio Codec, um padrão de código aberto do mesmo grupo que desenvolvera o Ogg. Como não usa métodos psicoacústicos, o formato só alcança taxas de compressão de 60% a 70%. Entretanto, como é um codificador sem perdas de dados, o áudio original pode ser reconstruído a partir do arquivo comprimido.
3. Ben Westhoff, "Trent Reznor and Saul Williams Discuss Their New Collaboration, Mourn OiNK", *Vulture*, 30 de outubro de 2007. Reznor explicou que continuava apoiando os artistas e que pagara 5 mil dólares ao Radiohead pela sua cópia de *In Rainbows*.
4. A conta de Ellis no Last.fm foi deletada.
5. James Boyle, "The Second Enclosure Movement and the Construction of the Public Domain" (Creative Commons, 2003).
6. E-mail usado como prova no julgamento.
7. Queixas semelhantes podem ser encontradas hoje no What.cd.

CAPÍTULO 17

1. Evan Serpick, "Kanye vs. 50 Cent", *Rolling Stone*, 6 de setembro de 2007.
2. Jerry Swink, que trabalhava no setor de manutenção da fábrica.

CAPÍTULO 18

1. Mais tarde vários outros acusados levariam seus casos a julgamento. Todos perderam.
2. O caso Virgin Records America, Inc. *versus* Thomas-Rasset é interminável. O juiz do primeiro julgamento anulou a primeira decisão, segundo a qual ela deveria pagar 222 mil dólares em danos, e ordenou um novo julgamento. Thomas também foi considerada culpada nesse segundo julgamento, e o júri ordenou que ela pagasse a quantia exorbitante de 1,92 milhão de dólares por ter pirateado 24 músicas. O mesmo juiz chamou o montante de "monstruoso e chocante", reduzindo a indenização para 54 mil dólares. Thomas se recusou a pagar e apelou. Um terceiro julgamento foi realizado para determinar os danos. O júri desse julgamento ordenou que Thomas pagasse 1,5 milhão de doláres. A quantia foi novamente reduzida para 54 mil doláres, e Thomas se recusou a pagar pela segunda vez. Ela apelou a um tribunal superior, que restabeleceu a quantia original em danos do primeiro julgamento: 222 mil dólares. Thomas então apelou à Suprema Corte dos Estados Unidos, que rejeitou o pedido.
3. Ver Nick Pinto, "Jammie Thomas-Rasset: The Download Martyr", *Minneapolis City Pages*, 16 de fevereiro de 2011.
4. Seth Mnookin, "Universal's CEO Once Called iPod Users Thieves. Now He's Giving Songs Away", *Wired*, novembro de 2007.
5. Mais tarde a frase foi amenizada para "Doug Morris é o executivo mais burro de todos os tempos da indústria fonográfica?", Mary Jane Irwin, *Gawker*, 27 de novembro de 2007.
6. Para uma discussão mais aprofundada, ver Stephen Gandel, "Michael Jackson's Estate: Saved by the Beatles", *Time*, 1º de julho de 2009.
7. Carter dá sua versão sobre o evento na letra da música "Run This Town".

CAPÍTULO 19

1. Também se tornou um santo graal da pirataria on-line. "The Ocean Full of Bowling Balls", obra inédita de J.D. Salinger, foi postada primeiro lá, assim como a digitalização colorida em alta definição das 2.438 páginas do livro de culinária de 52 libras de Nathan Myrvhold, *Modernist Cuisine*.
2. Transcrição do julgamento. Processo contra Alan Ellis e Matthew Wyatt, 13 de janeiro de 2010.
3. Svartholm Warg enfrenta vários problemas com a Justiça. Além do processo pelo Pirate Bay, ele enfrenta acusações criminais tanto na Suécia quanto na Dinamarca por invadir bancos de dados governamentais e comerciais. Foi declarado culpado em um julgamento na Dinamarca em outubro de 2014 e sentenciado a três anos de prisão.
4. Christian Engström e Rick Falkvinge, *The Case for Copyright Reform* (Creative Commons, 2012), p. 1.
5. Nenhum seria reeleito. Hoje há uma pirata no parlamento da União Europeia:

Julia Reda, representante da Alemanha.

6. O Copyright Act de 1790 dos Estados Unidos estipulava o período de proteção em catorze anos, com a opção de renová-la por mais cartorze anos caso o autor ainda estivesse vivo. A lei seguia o padrão do Estatuto da Rainha Ana, aprovado em 1710 no Reino Unido.
7. Estou falando do Copyright Term Extension Act de 1998, também conhecido como Sonny Bono Act, por causa do seu autor, ou Mickey Mouse Protection Act, por causa do principal beneficiado. A lei ampliou a duração dos direitos autorais para setenta anos após a morte do criador e forneceu proteções ainda mais extensas para obras de autoria corporativa. Foi aprovada com amplo apoio dos dois partidos.
8. Izabella Kaminska, "Counterintuitive Insights That Are Only Now Making the Mainstream Now [*sic*]", *FT Alphaville*, 26 de abril de 2013.
9. Em 2013, os piratas conquistaram três cadeiras no parlamento nacional da Islândia. Em 2014, um pirata foi eleito prefeito de uma pequena cidade da República Tcheca.

CAPÍTULO 20

1. O endereço de IP de Glover também estava registrado no aparelho.
2. Mais tarde Murphy diria que esse foi o seu caso favorito. "Foi sensacional desde o primeiro minuto."
3. Para ser mais específico, Glover afirmou ter tido uma conversa rápida com Cassim durante a audiência para comunicação da acusação na Virgínia. Rivera questionou tal afirmação, alegando que na ocasião passara o tempo todo ao lado de Cassim e que não existiu essa conversa.
4. Não se sabe ao certo se tais gravações existiam. O advogado de Glover mais tarde lhe disse que o FBI havia grampeado seu celular, mas o Departamento de Justiça não mencionou isso em momento algum durante o julgamento.

EPÍLOGO

1. Steven J. Horowitz, "Protecting the Throne", *Billboard*, 20 de agosto de 2011.
2. Ele também contratou um serviço chamado DeleteMe para apagar todos os rastros relacionados a ele da internet. Eu o encontrei por meio de um banco de dados de um detetive especializado na localização de pessoas.
3. Tendo se casado com a filha de um pastor e se convertido ao cristianismo, Tai atribui isso à intervenção divina.
4. Mais especificamente no Guardian Data Destruction, em Long Island City. Eles merecem minha mais sincera recomendação.

AGRADECIMENTOS

Levei quase cinco anos para escrever este livro, e a lista daqueles que me ajudaram é longa. Vários professores da pós-graduação em jornalismo da Universidade Columbia ofereceram orientações e apoio inestimáveis, principalmente Sam Freedman, Kelly McMasters, Kristen Lombardi, John Bennet e os curadores do Lynton Fellowship. Devo um agradecimento especial a Jim Mintz e Sheila Coronel, que deram as melhores aulas que já tive.

Toda reportagem é um processo intrusivo, mas minhas fontes foram excepcionalmente solícitas e gentis. Em Ilmenau, Karlheinz Brandenburg foi um anfitrião tão generoso que quase me deixou constrangido. Digo o mesmo de Bernhard Grill em Erlangen. Matthias Rose e Susanne Rottenberger, do Fraunhofer, conseguiram umas cinco entrevistas para mim e também me ajudaram a recuperar o carro que eu alugara depois que caí com ele em um canal ao dar ré. Na Sony, Doug Morris foi generoso com suas impressões e seu tempo, assim como Julie Swidler e Liz Young. Em Nova York, Patrick Saunders e Simon Tai forneceram informações e contextos importantíssimos. No entanto, acima de tudo, preciso agradecer a Dell Glover por ter compartilhado sua história incrível com o mundo.

Jamais me esquecerei do dia (por coincidência, meu aniversário) em que meu agente, Chris Parris-Lamb, pegou meu original na pilha de material não solicitado e me disse que valia a pena publicá-lo. Como autor, eu era desconhecido, tentando mudar de carreira aos 34 anos, sem nenhuma plataforma nem nome e nenhum trabalho publicado. Contudo, Chris — talvez depois de ter sofrido algum tipo de traumatismo craniano — decidiu fazer de mim seu próximo cliente, e tal resolução mudou minha vida. Sem seu tino para os negócios e suas orientações editoriais, este projeto teria fracassado. Espero que o leitor perdoe esse momento sentimental no melhor estilo Rod Tidwell, mas ele é mesmo muito bom. Como também foram ótimos Will Roberts, Andy Kifer, Rebecca Gardner e toda a equipe da Gernert Company.

Também tive sorte com a minha editora. Na Viking Press, Allison Lorentzen resolveu fazer uma aposta arriscada em mim e mais tarde

satisfez o meu desejo de ler o original inteiro em voz alta para ela, sacrificando um final de semana a serviço da minha neurose. Ela é uma editora incrível. O restante da equipe da Viking também é fantástica: Diego Nunez, Min Lee, Jason Ramirez, Nicholas LoVecchio, Lydia Hirt, Sarah Janet, Lindsay Prevette, Whitney Peeling, Andrea Schulz, Brian Tart, Clare Ferraro e Catherine Boyd. O mesmo vale para todos da Bodley Head: Stuart Williams, Vanessa Milton, Kirsty Howarth, Joe Pickering, David Bond e James Paul Jones foram excepcionais. (Gostei sobretudo da leitura do processo do Reino Unido. Temos que fazer isso de novo qualquer dia desses.) E não posso deixar de falar dos responsáveis por terem checado os fatos, Jill Malter e Dacus Thompson, que foram forçados a ler milhares de páginas de anotações e a me lembrar diversas vezes que não, Charlotte não é a capital da Carolina do Norte. As informações também foram verificadas por Lev Mendes, do *The New Yorker*, onde os editores Willing Davidson e David Remnick fizeram a gentileza de publicar um trecho do livro.

Nem sempre é fácil ter um autor como amigo. Na verdade, é uma droga, então eu gostaria de agradecer publicamente a todas as pessoas próximas que me ouviram (ou pelo menos fingiram ouvir) reclamar deste projeto por anos: Robin Respaut, Dustin Kimmel, Josh Morgenstern, David Graffunder, Elliot Ross, Brian e Kimberly Barber, Laura Griffin, Daryl Stein, Dan D'Addario, Pete Beatty, Bryan Joiner, Lisa Kingery, Dan Duray, Brian e Kristy Burlingame, Bernardo de Sousa e Silva, Lauren e Rui Mesquita, Jamie Roberts, Beverly Liang, Atossa Abrahamian e Jihae Hong. Um agradecimento superespecial ao meu irmão espiritual Daniel Kingery por duas décadas de amor e amizade. E um obrigado hipersuperespecial para Amanda Wirth, sem cuja paciência, bondade e apoio este livro nunca teria sido escrito.

Por fim, minha família. Nesse aspecto, sou o homem mais sortudo do mundo. Meu pai, Leonard Witt, por muitos anos foi jornalista e sempre me encorajou a escrever. Minha mãe, Diana Witt, é bibliotecária de formação e compilou o índice da obra. Mas foi minha irmã, Emily Witt, quem me mostrou que isso tudo era possível. Ela é uma ótima repórter, uma mulher autêntica e uma das minhas escritoras vivas preferidas. Ela sempre será uma inspiração para mim.

SOBRE O AUTOR

© Chad Griffith

STEPHEN WITT se formou em matemática pela Universidade de Chicago e cursou a pós-graduação em jornalismo da Universidade Columbia. Trabalhou para fundos de *hedge* de Chicago e Nova York e com desenvolvimento econômico na África Oriental. É colaborador da *The New Yorker* e mora no Brooklyn.

LEIA TAMBÉM

O LIVRO QUE ORIGINOU O FILME A REDE SOCIAL
BILIONÁRIOS POR ACASO
A CRIAÇÃO DO FACEBOOK
Uma história de sexo, dinheiro, genialidade e traição
Ben Mezrich

Bilionários por acaso
Ben Mezrich

Briga de cachorro grande
Fred Vogelstein

A arte de pedir
Amanda Palmer

O clique de 1 bilhão de dólares
Filipe Vilicic